



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**AS CONDIÇÕES DE TRABALHO NAS REDAÇÕES DO RIO DE JANEIRO:
UMA PERSPECTIVA DOS JORNALISTAS**

Luciano Pinheiro de Pádua

Rio de Janeiro/RJ
2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**AS CONDIÇÕES DE TRABALHO NAS REDAÇÕES DO RIO DE JANEIRO:
UMA PERSPECTIVA DOS JORNALISTAS**

Luciano Pinheiro de Pádua

Monografia de graduação apresentada à
Escola de Comunicação da Universidade
Federal do Rio de Janeiro, como requisito
parcial para a obtenção do título de Bacharel
em Comunicação Social, Habilitação em
Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr Nilo Sérgio Gomes

Rio de Janeiro/RJ
2013

AS CONDIÇÕES DE TRABALHO NAS REDAÇÕES DO RIO DE JANEIRO: UMA PERSPECTIVA DOS JORNALISTAS

Luciano Pinheiro de Pádua

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de
Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a
obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo.

Aprovado por:

Prof. Dr. Nilo Sérgio Gomes – orientador

Prof. Dr^a Cristiane Henriques Costa

Prof. Dr Fernando Fernandez Ewerton

Aprovada em:

Grau:

Rio de Janeiro/RJ
2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **As condições de trabalho nas redações do Rio de Janeiro: uma perspectiva dos jornalistas**, elaborada por Luciano Pinheiro de Pádua.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Nilo Sérgio Gomes

Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ

Departamento de Comunicação – UFRJ

Prof. Dr. Fernando Ewerton Fernandez

Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ

Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Dr. Cristiane Henriques Costa

Pós-Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ

Departamento de Comunicação - UFRJ

FICHA CATALOGRÁFICA

PÁDUA, Luciano Pinheiro.

As condições de trabalho nas redações do Rio de Janeiro: uma perspectiva dos jornalistas. Rio de Janeiro, 2013.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação –
ECO.

DEDICATÓRIAS

À minha mãe, Lucia Maria Pinheiro, por todo o amor, a dedicação e a paciência que existem no mundo

Ao meu pai, Antonio Fernando Dantas de Pádua, pela dedicação, o olhar clínico e por ser o maior incentivador da minha escolha pelo jornalismo;

Ao meu irmão, Leonardo Pinheiro de Pádua, pelas discussões acaloradas e o interesse em tudo aquilo que é humano;

Ao meu primo Daniel de Pádua por me apresentar ao mundo das Ciências Sociais e abrir meus olhos para o fato de as coisas irem muito além daquilo que nossos olhos podem ver;

Dedico também a todos os meus companheiros de imprensa que possivelmente encontrarão neste trabalho uma fonte de inspiração para novas formas de pensar o jornalismo.

AGRADECIMENTOS

À minha família, por ser o pilar da minha formação;

Ao professor Nilo Gomes por ter aceitado me orientar neste trabalho e me auxiliado quando as dúvidas eram maiores que as certezas;

À Gabriela Pantaleão, que desde o início deste trabalho, acreditou mais em mim do que eu mesmo;

Aos amigos do Colégio de São Bento, que desde a infância sempre estiveram ao meu lado;

Aos amigos da ECO e do BDG, que ajudaram de forma incondicional no momento de tirar dúvidas;

Aos amigos que vieram da vida e sempre me apoiaram nesta empreitada;

Aos amigos Pedro Leonardo, Inácio, Eduardo Butter, em especial, que ajudaram muito na elaboração desta monografia;

Ao amigo Ian Gastim, companheiro de tantos apertos durante a formação na Escola de Comunicação;

Aos ex-companheiros de Jornal do Brasil, com os quais passei por muitas alegrias e tristezas e descobri minha paixão pelo jornalismo.

PÁDUA, Luciano Pinheiro **As condições de trabalho nas redações do Rio de Janeiro: uma perspectiva dos jornalistas**. Orientador: Nilo Sérgio Gomes. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Este estudo busca expor as condições de trabalho a que os jornalistas que atuam nas redações da chamada “antiga mídia” estão submetidos e como elas influenciam em suas vidas. A ideia é situar o ser social do jornalista e entender o que leva as pessoas a ingressarem na profissão. Com isso, passamos a fazer uma análise do modelo de negócios vigente do setor e entender quais as consequências do surgimento da Internet no exercício da profissão. Posteriormente, passamos a analisar o impacto do trabalho em suas vidas e como isso afeta a saúde desse grupo de profissionais. Com esses dados, expomos uma série de relatos, baseados em perguntas feitas em questionário, sobre as experiências dos jornalistas que trabalham no Rio de Janeiro e o efeito do trabalho em suas formas de ver o mundo e situar-se nele. O objetivo principal deste estudo é entender como os próprios jornalistas lidam com a profissão e como está o quadro atual da área.

SUMÁRIO

1 – INTRODUÇÃO.....	9
2 – O JORNALISTA E O JORNALISTA BRASILEIRO.....	13
2.1 – O perfil do jornalista brasileiro hoje.....	19
2.1.1 – Características demográficas e políticas.....	19
2.1.2 – Características gerais do trabalho jornalístico.....	22
2.1.3 – Características dos jornalistas que atuam na mídia.....	26
2.2 - O mundo dos jornalistas e as reclamações.....	28
3 - A ECONOMIA DO JORNALISMO.....	34
3.1 – Pós-fordismo, flexibilização e o trabalho.....	39
3.2 – As revoluções do leitor e da propaganda.....	43
4 – A SAÚDE DOS JORNALISTAS.....	48
4.1 – Estresse.....	50
4.2 – As consequências ao bem-estar.....	52
5 – RIO DE JANEIRO: OS DEPOIMENTOS.....	58
6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
7 – BIBLIOGRAFIA.....	72
8 - ANEXOS	
8.1.....	74
8.2.....	75
8.3.....	77
8.4.....	78
8.5.....	83
8.6.....	86
8.7.....	88
8.8.....	90
8.9.....	92
8.10.....	95

1 – INTRODUÇÃO

O jornalismo é uma das profissões mais buscadas por estudantes ao prestarem o exame de vestibular. O ofício parece causar fascínio em muitas pessoas, que traçam como objetivo de suas vidas chegarem aos principais veículos de comunicação do país e serem bem sucedidas em suas empreitadas.

A motivação muitas vezes é nobre: mudar a realidade em que se inserem, informar a população de determinados acontecimentos, trazer luz aos fatos que muitos deixam passar no mar de informação que nos é oferecido todos os dias. Às vezes, a própria vontade de estar na televisão, ou em destaque em algum meio de comunicação, é suficiente para nutrir grandes anseios de muitos jovens. A profissão parece gozar de certo prestígio social e dá acesso a muitas situações as quais um cidadão que não seja da imprensa talvez nem pense que sejam reais.

Contudo, não é de hoje que as condições de trabalho nas grandes redações são duras. Este parece ser um mantra sobre o qual muitos profissionais da área se lamentam diariamente. Os estudantes, a princípio, acreditam se tratar em “dizer a verdade”, ou informar a população, e tudo isso está na discussão da função social do jornalismo. Mas o jornalismo é, no final das contas, uma criação posterior ao jornal, que teve seu início nas oficinas caseiras de patrocinadores que queriam expor e disseminar suas opiniões. Foi somente com a repetição do ato de fazer jornais que a humanidade chegou ao jornalismo.

Por isso, trata-se, especialmente nas últimas décadas, de um negócio. Não que isso invalide sua função política e social, mas no Brasil hoje a grande maioria dos jornalistas está vinculada a corporações privadas com fins lucrativos. Se em uma mineradora o produto a ser negociado é o minério, nas empresas jornalísticas este produto é a notícia. Por ser um negócio, vale destacar também que existe um modelo de negócios que sustenta essas empresas. Em outras palavras, são estratégias comerciais, financeiras, administrativas e tributárias que permitem a saúde financeira de uma corporação. E é esta saúde financeira que, conseqüentemente, determinará as condições de trabalho dos jornalistas nas redações.

O surgimento da Internet estremeceu muito a antiga estabilidade das grandes redações de jornal. Muitos grupos midiáticos do país vêm tentando se ajustar a esta nova realidade, fazendo, sobretudo, cortes em suas estruturas. Fechamento de veículos, demissão em massa de funcionários, acúmulo de funções, alta carga horária e baixa

remuneração são algumas das estratégias encontradas pelos empresários para manterem seus negócios funcionando. A rede também mudou uma série de paradigmas que durante muito tempo haviam se cristalizado no inconsciente popular e, mais importante, deu espaço para muitas pessoas opinarem e produzirem conteúdo. Surgiram os grandes buscadores e agregadores de conteúdo, como o Google e o Yahoo!, que atraem muito capital dos anunciantes, antigos principais “financiadores” da imprensa.

Todos esses fatores nos chamam a atenção para algo que qualquer repórter que trabalhe na rua e tenha contato com outros membros da imprensa já pôde perceber: as reclamações sobre as condições de trabalho são frequentes. Não que outras categorias não as tenham, mas alguns fatores que serão abordados mais à frente nos ajudam a ver que existem especificidades no jornalismo.

Questionamentos e mais questionamentos surgem e, ao se fazer uma pesquisa sobre esse tema, podemos ver que a literatura sobre essas condições de trabalho é muito escassa. Os motivos podem ser muitos: medo de represálias das empresas; falta de interesse e de tempo; ausência de uma consciência de categoria; dificuldades no momento de se obter dados etc.

Foi justamente a pouca informação sobre o assunto que originou esta pesquisa. O objetivo aqui não é chegar a conclusões fatalistas sobre o setor, mas analisar as condições de trabalho nas redações e, como fruto deste estudo, dar a possibilidade a quem se interessar de se informar mais. Afinal, a imprensa não pode deixar de olhar para si mesma e se repensar, especialmente num momento de transição como este que presenciamos.

Como efeito, dividimos este trabalho em quatro capítulos. No primeiro, “O jornalista e o jornalista brasileiro”, trataremos dos principais traços da carreira e apontaremos suas especificidades. Na literatura visitada, foi muito comum a ocorrência de certos “dogmas” ao bom jornalismo, como o fato de a profissão ser tida como uma paixão por seus executores, que, com isso, dedicam a ela não apenas a sua mão de obra, mas a sua vida. Nesse momento, também tentamos fazer um esboço do *ser social* do jornalista e a sua forma de se inserir na sociedade. O objetivo, de forma alguma, é aprisionar a categoria a um estereótipo imutável de comportamentos e pensamentos, mas dar corpo às especificidades da profissão e entender a razão de tantos quererem segui-la, mesmo sabendo das muitas dificuldades de seu mercado de trabalho.

Posteriormente, utilizamos uma pesquisa realizada pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), que entrevistou mais de 2.500 jornalistas em todo o país,

coletando dados e nos oferecendo informações muito importantes sobre quem é essa massa trabalhadora.

Depois desse traçado, no capítulo “A economia do jornalismo”, passamos a analisar o modelo de negócios e a natureza econômica que envolve esta área. É certo que não apenas o setor de mídia passou por mudanças nas últimas décadas, como o próprio capitalismo também vem se alterando. Essa nova disposição dos fatores de produção afetam, logicamente, o jornalismo. E afetam em maior grau os trabalhadores e as condições de trabalho às quais estão submetidos.

O fato é que a procura pela carreira continua muito alta, embora a abertura de novas vagas esteja em queda há bastante tempo. Redações se enxugam cada vez mais, porém, as universidades formam muitos estudantes ávidos por entrar neste universo. Some-se a isso a não obrigatoriedade do diploma de jornalismo para exercer a função desde 2009, o que aumenta a concorrência no setor. Com isso, nos deparamos com uma situação na qual a oferta (número de jornalistas) é muito alta e a demanda (número de vagas) é baixa.

Além disso, vimos a Internet mudar a forma como as empresas jornalísticas aferiam seus lucros e garantiam sua sobrevivência. Em todo o mundo esta questão é debatida e ainda não houve uma resposta concreta sobre como tornar a rede algo financeiramente viável para os jornais.

O próximo capítulo, “A saúde dos jornalistas”, aborda como a carreira tem afetado a vida desses profissionais. Nesse ponto, esbarramos numa literatura acadêmica muito escassa, mas podemos entender que as condições de trabalho aliadas à grande pressão que envolve a função geram muito estresse nos membros da imprensa. Esse desgaste afeta, então, todas as esferas da vida das pessoas entrevistadas. Desde o nível profissional – no qual muitos reclamam de falta de estrutura e sobrecarga de funções, por exemplo – ao pessoal, quando boa parte dos entrevistados disse ser muito difícil manter relações amorosas ou impedir que o trabalho interfira na relação com a família.

No último capítulo, “Relatos e depoimentos”, o objetivo foi permitir que os próprios jornalistas do Rio de Janeiro falassem sobre sua relação com a profissão. A partir destes relatos, podemos fazer um traçado de como eles entendem que o jornalismo interfere em suas vidas e tentar confrontar suas opiniões com o que foi exposto nos outros capítulos.

A metodologia utilizada para se chegar a estas respostas não observou modelos previamente definidos: a ideia foi fazer um questionário com diversas perguntas, que

totalizaram 18, abordando desde se o entrevistado se sentia jornalista à sua relação com os colegas, passando por questões como remuneração, carga horária, relacionamentos pessoais e saúde. Obtivemos 9 respostas num total de 20 questionários enviados. Os questionários respondidos estão anexados no final deste trabalho.

2 – O JORNALISTA E O JORNALISTA BRASILEIRO

Nesse momento da análise, faz-se necessária uma reflexão sobre o que é um jornalista e como essa profissão vem sendo encarada pelos profissionais da área no país. Ser jornalista é um conceito com amplos significados, que hoje, com a crise do modelo de negócios do setor¹, vem sendo cada vez mais debatido.

O surgimento dos jornais se deu inicialmente como algo que veiculava a opinião de seu financiador e servia muito à dispersão de ideais políticos. Eles vão se desenvolvendo e reproduzindo esta prática social, esta atividade social e econômica, extremamente política, que é o jornalismo. O jornalismo, por sua vez, surge como a resultante dessas práticas, somente no século XIX. É neste momento que aparecem os grandes conglomerados urbanos e os grandes veículos de comunicação de massa que buscavam se aproximar das pessoas, e informá-las sobre o que acontecia na sociedade. A narrativa dos fatos inicialmente tinha um tom parcial e adjetivado, que com o passar do tempo foi se “esfriando”, até tender à neutralidade. Daí nasce o conceito da imparcialidade do jornalismo. Os textos passam a ser narrados em terceira pessoa e por meio do discurso indireto, ouvindo os dois lados envolvidos na história e sem adjetivações para as ações descritas. Cria-se o modelo da pirâmide invertida, na qual o texto é iniciado com o *lead* – ou lide, em bom português – cuja função é resumir em apenas um parágrafo as informações mais importantes e interessantes daquilo que se pretende noticiar.

Segundo Nilson Lage, em “A Estrutura da Notícia” (1987), a notícia se define no jornalismo moderno “como o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do fato mais interessante ou importante” (LAGE; 1987, p. 16). Esta definição mostra que a objetividade se sobrepõe à subjetividade no modelo moderno de se escrever uma notícia.

Talvez o que não seja levado muitas vezes em consideração pelos estudantes de jornalismo é que esta suposta imparcialidade é um conceito que quebra em si mesmo. O próprio fato de ser uma pessoa que se propõe a noticiar um acontecimento já dá largada a um processo subjetivo, assim como a escolha de palavras; o posicionamento da fala de uma fonte entrevistada dentro do texto; os verbos para descrever a situação, entre tantas

¹Este tema será abordado ao longo do capítulo 3: “A economia do jornalismo”, neste mesmo estudo. Ao fazer referência à crise do setor jornalístico, estamos deixando implícito que existe uma nova configuração de trabalho a ser perseguida pelos profissionais recém-formados. A antiga lógica da grande corporação e do emprego fixo e com carteira assinada vem se desvanecendo com o passar do tempo.

outras formas narrativas existentes. Esse mito serviu durante muito tempo aos interesses das grandes corporações de mídia, que garantiram através deste tipo de discurso aquilo que é mais importante dentro do jornalismo: a credibilidade.

É a credibilidade o principal motor para o grande objetivo dos jornais modernos, que deixaram de ser oficinas caseiras para se tornarem grandes empresas: a venda. Isto porque a confiança atrai um número maior de leitores, uma vez que determinado veículo não se dedica exclusivamente a uma “versão” dos fatos, mas os narra em sua “inteireza”. Quanto maior a quantidade de leitores e compradores (ou assinantes) do veículo, mais a empresa de mídia que controla um jornal pode negociar com os anunciantes de produtos. Esta relação foi o que possibilitou às grandes corporações de mídia registrarem grande lucro e se organizarem como as conhecemos durante todo o século XX.

Esse modelo narrativo também possibilitou alguma independência dos jornais em relação aos seus anunciantes. De fato, constitui-se como um dilema quando um dos maiores anunciantes de um veículo é um banco e o jornal publica uma reportagem investigativa sobre fraudes bancárias que envolvam esta instituição financeira. Com a objetividade, é como se o jornal se ausentasse de opinar sobre o fato que noticiava, trazendo à luz da opinião pública apenas um fato em si.

No entanto, o final do século XX trouxe aos empresários do setor uma novidade: a Internet. Seu impacto nessas corporações foi imediato, e todos buscavam alguma forma de torná-la rentável. Nos anos 1990, ela ainda era muito pouco difundida, mas as redações passaram por um processo de informatização constante, o que aponta a consciência dos empresários para a importância das novas ferramentas para o jornalismo. O analista de mídia norte-americano Ken Doctor, em “Newsonomics: doze tendências que moldarão as notícias e seu impacto na economia mundial” (2011) diz que inicialmente a Internet foi pensada apenas como um meio de obter mais leitores, sem se levar em consideração que poderia transformar o modo de consumo das notícias. Ele destaca que “a verdade é que quase todas as empresas de jornais, embora tenham feito um esforço desigual, se revelaram incapazes de fazer com êxito a transição para a liderança da imprensa digital” (DOCTOR; 2011, p. 111). O fato é que se tornou um meio cada vez mais presente no consumo de notícias e se mostrou como uma verdadeira força motriz para o declínio do modelo de negócios baseado na venda de publicações e nos anúncios de empresas.

A rede permitiu uma liberalização do conteúdo jornalístico. A opinião pública, que já desconfiava muitas vezes dos veículos de comunicação, passa a entender que um jornal é apenas um recorte da realidade que nos permeia. Além disso, possibilita a produção de conteúdo, numa situação na qual cada pessoa se torna um veículo de comunicação detentor do poder de noticiar. Os jornais não contêm verdades absolutas, mas a sua versão para um fato. Esse processo de consciência coletiva em relação aos meios de comunicação, sem dúvida, se acentuará nos próximos anos e coloca em xeque o posicionamento dos veículos da mídia tradicional. Atualmente, com as manifestações que se difundiram pelo Brasil desde junho, as mídias sociais – como o Twitter e o Facebook, em especial – mostraram para muitos leigos o que antes era sabido por apenas um pequeno grupo de pessoas: o poder da edição.

Assim, as redes sociais explodiram em desacordo com a abordagem de diversos jornais, em especial àqueles ligados à Rede Globo, por ser a empresa do setor de maior eminência e destaque do país, no tratamento dos choques entre manifestantes e policiais. Pareceu quebrar-se um encanto, mas esse processo é apenas o cume da decadência do modelo tradicional de se fazer jornalismo.

Essa credibilidade exacerbada nos veículos de comunicação tradicionais pode parecer pouco razoável se levado em consideração o dado da pesquisa² realizada pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) em 2012 que buscou traçar um perfil profissional do jornalista brasileiro. Ali ficou exposto que 83,2% dos jornalistas que atuam em mídia estão vinculados a empresas privadas com fins lucrativos.

A complementação para este raciocínio fica a cargo da antropóloga Isabel Travancas, que, no início da década de 90, já atentava para esta característica:

Outro ponto que me parece importante enfatizar é que a maioria dos órgãos de comunicação do país são empresas privadas com fins lucrativos. São poucas as emissoras de rádio ou canais de televisão estatais, o que também demonstra que o jornalismo se desenvolveu com a sociedade e dentro dela, que tem no jornal um produto de consumo (...) O jornalismo hoje faz parte da sociedade capitalista, e o jornalista é uma peça importante dessa engrenagem que produz notícias. (TRAVANCAS, 1992; p.37)

Isto nos traz à grande questão desta fase do trabalho: e o jornalista? Como ele se entende em meio a todo este cenário?

²A pesquisa Perfil profissional do jornalista brasileiro é um projeto do Núcleo de Estudos sobre Transformações no Mundo do Trabalho da Universidade Federal de Santa Catarina (TMT/UFSC) em parceria com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) e com apoio do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ) e da Associação Brasileira de Pesquisadores do Jornalismo (SBPJor). Disponível em: http://www.fenaj.org.br/reinstitu/pesquisa_perfil_jornalista_brasileiro.pdf Acesso em: 10/10/2013.

Vale lembrar que esta categoria, que muitas vezes luta pelos direitos trabalhistas de outras, pouco se enxerga coletivamente no que diz respeito aos seus próprios direitos. Dado cabal desta pouca atenção ao coletivo trabalhista também pode ser encontrado na pesquisa realizada pela FENAJ: apenas um entre quatro são filiados a sindicatos.

Por outro lado, basta acompanhar qualquer repórter que faça reportagens diárias na rua para observar como é presente entre os membros da imprensa um sentimento de camaradagem e solidariedade. É muito comum a prática de passar a outros jornalistas as informações dadas por determinada fonte, conversar sobre a entrevista e debater sobre a melhor forma de narrativa para o fato.

A desmobilização pelas causas trabalhistas pode ser entendida, entre outros fatores, por meio de uma análise do *ser social* do jornalista. A profissão, como todas as outras, delimita uma função dentro da sociedade a este grupo. Esta delimitação, por sua vez, traz consigo uma série de códigos de conduta e “regras”, amplamente disseminadas entre os pares. A antropóloga Isabel Travancas explora esse universo específico em “O mundo dos jornalistas” (2011), alertando, após relatos extraídos de entrevistas com mais de cinquenta jornalistas no início dos anos 90, que o trabalho para estas pessoas se confunde com a vida pessoal e é encarado como um sacerdócio:

É mais do que simplesmente uma fonte de sustento para seus profissionais. Atingiu um patamar tal na vida dessas pessoas que elas não se veem mais na sociedade senão pelo papel profissional. Ele se tornou o papel principal entre os vários desempenhados diariamente. (TRAVANCAS; 2011, p. 140 e 141).

Ao se ingressar em uma redação de jornal, impresso ou *online*, revista, rádio, ou televisão é nítido que o comprometimento integral com o trabalho é algo esperado pelos colegas. O tempo do jornalista não pertence a ele, mas ao trabalho. Essa fusão entre os âmbitos profissional e pessoal acarreta em uma série de clichês dentro do universo próprio da empresa, como a noção de que jornalistas só se relacionam com jornalistas, seja em relacionamentos de amizade ou amorosos; isto apesar de estarem constantemente em contato com pessoas dos mais diversos segmentos sociais.

O trabalho parece dominar a vida dessas pessoas, que se entregam ao ofício. Denominam *paixão* o sentimento que os mantém ligados ao jornalismo apesar de em grande parte dos relatos haver uma série de reclamações severas às consequências da profissão na esfera pessoal e na qualidade de vida. A expressão “é igual a cachaça” para se referir ao jornalismo é outra forma de se analisar tal envolvimento profundo com a

função desempenhada, como se se tratasse de um vício. A medicina é outra profissão em que é comum o relato de uma fusão do trabalho com todas as esferas da vida.

Tudo isso está relacionado, em parte, com a natureza do jornalismo. Cobrir notícias não é exatamente um trabalho previsível. Trata-se de reportar os acontecimentos de um local específico, ou uma área específica. Estar à disposição do veículo sempre, pois os fatos não param de acontecer. A rotina nunca é igual, fator que atrai muitos à carreira. A vida é, de fato, emocionante, porque se está sempre vendo em primeira mão aquilo que acontece ao redor. O acesso à informação é muito maior aos jornalistas do que ao cidadão comum que lê o jornal todas as manhãs, principalmente em se tratando de um mundo dominado pela web.

Existe, ainda, uma sedução sobre a carreira jornalística por se perceber que ela dá poder, entendido aqui no sentido de impor e influenciar a realidade em que se vive. No jornalismo, há aqueles que buscam mudar o mundo, há os que visam interesses pessoais por meio da profissão e há aqueles que querem somente aparecer na televisão. Há outros tipos de jornalista também, mas o fato é que há um fascínio e um prestígio social em relação ao trabalho.

Portanto, falamos de uma categoria cujo envolvimento com a profissão é *paixão*, ou seja, está na esfera afetiva e não apenas racional de nosso intelecto. Travancas, ao entrevistar o veterano jornalista Sérgio Augusto³, deparou-se com a afirmação de que antes de mais nada o jornalista “deve gostar da profissão”. Para ela, isso demonstra que a ocupação merece atenção especial como um espaço de prazer e paixão:

Paixão surge como sentimento da ordem do afetivo, do emocional. A carreira é emparelhada com o objeto do amor, e pode ser tomada como tal. Com ela se estabelece uma relação que sai da esfera do racional e da sobrevivência e atinge a dimensão do prazer. Para muitos, esse sentimento é uma exigência, ou mesmo condição, para um bom desempenho profissional. (TRAVANCAS; 2011, p 80)

A pesquisadora engloba o termo *paixão* ao conceito de *adesão*, que significa um envolvimento da pessoa com a profissão capaz de subjugar outros aspectos da vida. Tal processo ocasiona, segundo Travancas, uma visão de mundo particular. Ela também acrescenta que não é apenas a carga horária o fator decisivo para o envolvimento, uma vez que há profissões em que se trabalha mais. "O que está em jogo é os jornalistas

³ Foi repórter da Folha de S.Paulo de 1981 a 1996. Hoje, escreve para o “Caderno 2” de O Estado de S. Paulo. Publicou dois livros: Este mundo é um pandeiro (Companhia das Letras, 1989) e As penas do ofício: ensaios de jornalismo cultura (Agir, 2007)

estarem vinculados ao trabalho além e independentemente do tempo gasto em exercício" (TRAVANCAS; 2011, p. 81).

A noção de tempo também é crucial na formação de um *ser social* jornalista. A antropóloga propõe que o tempo do jornalista não lhe pertence. A própria configuração da carga horária por lei desta categoria se diferencia da maioria das carreiras: cinco horas diárias com possibilidade de duas horas extras por dia. Apesar disso, poucos são os jornalistas que relatam passar esse tempo no trabalho, apontando para uma sobrecarga e tensão alta.

É como se, ao se tornar jornalista, uma pessoa seja cobrada ser jornalista em todos os momentos de sua vida:

(...) o ponto de partida para a entrada na profissão é a entrega do seu tempo. É estar ligado à redação o tempo todo. Há uma cobrança implícita, se não explícita, de que ser jornalista significa ser jornalista 24 horas por dia e não só quando se está no jornal ou fazendo matéria na rua. (TRAVANCAS, 2011; p.30).

Apropriando-se dos conceitos *casa* e *rua* do antropólogo Roberto Damatta, Travancas propõe que para os jornalistas também existe a esfera da *redação*, uma interseção entre a casa e a rua, que são, para além de referências geográficas, esferas de ação social. No livro “*A Casa e a Rua – Espaço, Cidadania, Mulher e Morte no Brasil*” (1997), Damatta esmiúça o caráter dualista da sociedade brasileira, no qual a casa significa as relações privadas de um indivíduo e outra lógica distinta, a rua, serve como base para suas relações públicas.

A ideia parte do princípio de que para que se possa "ver" e "sentir" o espaço, é necessário situar-se nele:

O fato é que tempo e espaço constroem e, ao mesmo tempo, são construídos pela sociedade dos homens. Sobretudo o tempo que é e simultaneamente passa, confundindo a nossa sensibilidade e, ao mesmo tempo, obrigando a sua elaboração sociológica. Por tudo isso, não há sistema social onde não exista uma noção de tempo e outra de espaço. E mais: em muitas sociedades, os dois conceitos se confundem e operam dentro de uma gradação complexa. (DAMATTA;1997, p. 29)

Com este conceito em mente, a pesquisadora defende que os jornalistas estabelecem uma relação com o tempo e o espaço “bastante peculiar”.

Explicitadas essas noções iniciais do impacto do jornalismo na formação da identidade desses profissionais, é necessário fazer uma breve pausa no que diz respeito

ao conteúdo teórico para explorar dados mais concretos. Com isso, tomaremos como base a já citada pesquisa da FENAJ que traçou um perfil dos jornalistas brasileiros.

O objetivo é, por meio destas informações, buscar maior entendimento de como se comportam profissionalmente os jornalistas e quais as suas principais características.

2.1 – O perfil do jornalista brasileiro hoje

A pesquisa foi realizada entre 25 de setembro e 18 de novembro de 2012 com um universo de 2.731 jornalistas de todas as unidades da federação e do exterior, com participação espontânea.

Os resultados evidenciam algumas das principais reclamações já averiguadas em relatos e estudos sobre as condições de trabalho no setor. Trazem ainda muitas informações essenciais ao entendimento da constituição dessa classe profissional.

Para efeito comparativo, os jornalistas foram separados em grupos dentro do levantamento: os que atuam em mídia, os que atuam fora da mídia e aqueles que são professores. Naturalmente, um jornalista pode integrar mais de um desses grupos, como acontece muitas vezes, especialmente pelo fato de a baixa remuneração ser uma constante queixa na categoria. Neste trabalho, trataremos com maior atenção as características relacionadas aos jornalistas que atuam em mídia, já que o objeto de estudo são as condições de trabalho nas redações de jornal da mídia tradicional.

É muito comum ver jornalistas que trabalham em rádios, jornais ou emissoras e também atuam como *freelancers*⁴ – ou frilas, em bom português - para complementar sua renda. Esses “bicos” podem ser desde a revisão de reportagens a clipping de determinados clientes de assessorias de imprensa.

2.1.1 – Características demográficas e políticas

A primeira etapa da pesquisa trata das características demográficas e políticas dos jornalistas. O primeiro dado que chama atenção é o fato de 64% dos profissionais da categoria serem mulheres. Há algumas décadas, tal quadro seria impensável numa redação de jornal tradicional. Atualmente, elas são maioria.

Ao acompanhar uma repórter de televisão em sua investigação, Isabel Travancas conseguiu um depoimento que ilustra como a profissão, ao contrário do que se preconizava antigamente, encaixa-se perfeitamente a qualquer gênero:

⁴ Denominação dada a pessoas que realizam trabalhos para diferentes veículos a partir da sugestão de uma notícia ou encomenda

Minha informante garante que ser mulher não lhe traz problemas na prática da profissão; ao contrário, até agora só trouxe vantagens, porque a tratam muito melhor em qualquer lugar, mesmo na polícia. Eventualmente, recebe uma cantada, mas encara isso como um problema. E acha que em TV não há tanto preconceito. (TRAVANCAS, 1992; p.66).

Mas a própria pesquisadora acaba se contradizendo neste sentido. Isto se deve ao fato de o preconceito e a questão de gênero serem muito complexas e permeadas de nuances que não cabem a este estudo:

Pelas entrevistas, pode-se concluir que as mulheres, ainda que estejam em maior número, continuam a sofrer discriminação. Segundo as informantes, as cantadas são de todos os níveis, e as mais comuns vêm sobretudo das fontes. Os homens entrevistados acham que não há discriminação, salientam o bom trabalho realizado por várias mulheres e citam outras que já ocupam cargos de chefia. (TRAVANCAS; 2011, p. 128).

O veterano jornalista Sérgio Augusto, em entrevista para o livro “O mundo dos jornalistas” (2011), destacou a presença das mulheres nos jornais. Segundo ele, em sua época, a presença de mulheres em redações era apenas como secretárias. A “invasão” foi progressiva, mas esconde uma razão pouco agradável: “para Sérgio Augusto, a participação da mulher está ligada à exploração de mão de obra barata, como na Revolução Industrial” (TRAVANCAS, 2011; p 82).

Tal percepção, embora tenha sido elaborada há mais de 20 anos, parece ser acurada quando a mesma pesquisa da FENAJ, realizada em 2012, nos mostra que “as mulheres jornalistas, mais jovens, ganhavam menos que os homens; eram maioria em todas as faixas até 5 salários mínimos e minoria em todas as faixas superiores a 5 salários mínimos” (2012; p.26).

O porquê desta discrepância nos vencimentos e na maior proporção de mulheres atuando como jornalistas talvez não caiba a este estudo. Mas, levando-se em consideração o franco declínio econômico do setor, com jornais fechando, editoras cortando revistas e demitindo milhares de funcionários, esta relação entre mão de obra mais barata - no caso, as mulheres – e contenção de gastos é bastante explícita.

No livro “Newsonomics – Doze novas tendências que moldarão as notícias e o seu impacto na economia mundial” (2011), o jornalista e analista de mídia norte-americano Ken Doctor descreve a tática dos jornais, nos Estados Unidos, de redução de custos. Ele cita:

Prédios icônicos no centro da cidade, com prensas no porão e frotas de caminhões estacionadas nas proximidades, fizeram um dia parte do

cenário de toda grande cidade. Hoje, as empresas jornalísticas estão colocando esses prédios à venda e acabando o mais rápido possível com esses empreendimentos (DOCTOR; 2011; p 132)

Para além deste tipo de iniciativa, o autor também destaca o *agrupamento* de jornais, como comprar propriedade de diários adjacentes para reduzir os gastos e centralizar vendas de anúncios e funções de circulação. A *terceirização* na busca de novos distribuidores de seus produtos para evitar alto custo da mão de obra sindicalizada tradicional, ou emissoras de televisão que terceirizam seu arquivo de conteúdo para economizar. A *terceirização no exterior* também é citada, ainda que não seja muito aplicável ao Brasil⁵, mas funciona nos Estados Unidos onde pode-se contratar um indiano, mão de obra mais barata que também tem o inglês como língua materna, para redigir matérias utilizando a Internet. E, por fim, a *demissão*, processo natural de contenção de custos.

De volta à pesquisa da FENAJ, outro fator que rapidamente chama a atenção e se assemelha em muito ao tópico anterior é que 59% dos jornalistas brasileiros que responderam à pesquisa têm até 30 anos. De acordo com a divisão do estudo, 11% têm de 18 a 22 anos e 48%, 23 a 30 anos. Os outros grupos divididos para o levantamento foram de 31 a 40 anos, com 21,9% do total; 41 a 50 anos, com 11,1%; e acima de 51 anos, com 8%.

Seguindo a mesma linha de raciocínio do corte de gastos no setor, é possível entender esta disposição etária entre os profissionais da imprensa como uma estratégia. Afinal, ao saírem da universidade - ansiosos pelo primeiro emprego formal e cientes das poucas oportunidades na área - estes recém-formados se submetem a salários e condições de trabalho que consideram impróprias. Contudo, aceitam-nas de bom grado, tendo em vista todas as características do próprio ser social do jornalista, que se entrega de forma apaixonada à profissão, misturando-a com a sua vida pessoal.

Por sua vez, os veteranos já agregam conhecimento e valores que os levam a pensar que a sua mão de obra é mais valiosa. Com isso, cobram mais nas negociações de salários. Disso surge o dado de menos de 20% dos jornalistas terem 41 anos ou mais.

Em relação à cor/raça, a pesquisa mostra que a grande maioria dos jornalistas brasileiros se considera branco, com 72% das respostas. Do total, 18% se declararam

⁵ No Brasil, vale lembrar, muitas empresas jornalísticas vêm optando por contratar jornalistas como Pessoas Jurídicas, ou temporários, ou prestadores de serviço, como forma de contenção de gastos

pardos e apenas 5%, negros. O restante se disse amarelo (2%), indígena (1%) ou outra (2%).

Além disso, também destaca que, apesar de o diploma obrigatório para o exercício da profissão ter sido revogado em decisão de 2009 do Supremo Tribunal Federal, 98% dos entrevistados haviam concluído ou estavam cursando o ensino superior. “Nove em cada dez eram diplomados em Jornalismo, majoritariamente em instituições de ensino privadas, e quatro em cada dez já tinham cursos de pós-graduação” (2012; p.10). Dos diplomados em jornalismo, 61,2% haviam cursado uma instituição privada e 38,8%, instituições públicas. Cerca de 40% dos jornalistas possuem curso de pós-graduação, segundo a pesquisa.

A maioria dos participantes (90,2%) também se mostrou favorável à obrigação de algum tipo de formação superior para exercer o ofício, mesmo que não fosse do curso de Jornalismo, enquanto somente 6,1% entenderam que não é necessária qualquer formação universitária.

Um dado curioso, e já citado neste estudo, é que apenas 25,2% dos jornalistas são vinculados a sindicatos. No Rio de Janeiro, local de interesse para o objeto de estudo deste trabalho, o sindicato do município, fundado em 1935, diz que a cidade contabiliza mais de 10 mil jornalistas, dos quais 5.343 são sindicalizados e atuam em 6 jornais diários, 50 estações de rádio e 10 emissoras de televisão, sem falar nos sites e jornais *online* e assessorias de imprensa. Há pouca adesão também, segundo a pesquisa da FENAJ, a partidos políticos. Cerca de nove em cada dez não eram filiados a siglas. No que diz respeito à classificação ideológica, 49% dos jornalistas se considerava de esquerda, extrema-esquerda ou centro-esquerda, enquanto 11% se consideravam de direita, extrema-direita ou centro-direita. 7% se declararam de posição ideológica de centro e 3%, outra. Quase um terço dos entrevistados (30%) refutou qualquer classificação ideológica.

2.1.2 – Características gerais do trabalho jornalístico

Nessa etapa do levantamento, ficam em evidência as características do desempenho da função. Como efeito, 75,2% dos jornalistas tinham registro no Ministério do Trabalho, 82% desse total como jornalistas profissionais.

Outro dado curioso e facilmente relacionável à realidade das redações de jornal é que 76% dos entrevistados haviam sido estagiários. É muito comum atualmente redações serem compostas em sua maioria por mão de obra de estagiários. A Lei

11.788, de 25 de setembro de 2008, remodelou a relação entre empresas e estagiários. Ela definiu, por exemplo, que os estudantes deveriam ter carga horária máxima de seis horas diárias/30 horas semanais e o tempo máximo de vínculo com uma mesma empresa ou órgão público passou a ser de dois anos.

A legislação também prevê, no capítulo VI, Art. 17, que:

o número máximo de estagiários em relação ao quadro de pessoal das entidades concedentes de estágio deverá atender às seguintes proporções:

I – de 1 (um) a 5 (cinco) empregados: 1 (um) estagiário;

II – de 6 (seis) a 10 (dez) empregados: até 2 (dois) estagiários;

III – de 11 (onze) a 25 (vinte e cinco) empregados: até 5 (cinco) estagiários;

IV – acima de 25 (vinte e cinco) empregados: até 20% (vinte por cento) de estagiários. (BRASIL. Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008)

Embora seja essa a legislação vigente, uma rápida visita a qualquer redação de jornal no Rio de Janeiro e conversas com alunos de jornalismo das principais instituições de ensino da cidade podem revelar que os estagiários têm sido utilizados como mão de obra massiva. Muitas vezes, acumulam cargos para os quais não estão preparados, trabalham acima da carga horária e sem supervisão adequada. É como atuar como um empregado contratado pleno, mas sem os devidos benefícios garantidos pela Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT).

Podemos, novamente, fazer a conexão da escolha dessa mão de obra com o fato de haver uma crise econômica no setor. Se a máxima nas cúpulas de gestão é conter gastos, lança-se mão de estagiários ávidos para mostrar seu valor e, possivelmente, garantir um emprego na empresa em que trabalham no futuro.

As situações divergem de veículo para veículo, como nos mostram os seguintes relatos. P.C., de 26 anos, ex-estagiário da emissora Esporte Interativo, diz que houve supervisão dos superiores, mas sempre trabalhou mais do que o horário determinado pela lei. “Uma vez por conta de férias e outras pessoas da equipe tendo que realizar trabalhos fora do estado, fiquei na emissora de 09h às 00h, com um detalhe que era o domingo de dia das mães”, afirma⁶.

⁶ Entrevista concedida ao autor por meio da rede social Facebook

Também contou que exerceu muitas funções que não lhe cabiam como estagiário e que antes de seis meses no canal já coordenava programas e transmissões. Ele afirmou não saber a proporção de estagiários e funcionários contratados, mas frisou que quando começou no local havia muito mais estagiários, que foram paulatinamente sendo integrados ao corpo formal de funcionários. “Analisando a redação como um todo, acho que tá meio a meio entre contratados e estagiários”, projeta.

Já L.A., 22 anos, ex-estagiário do Jornal do Brasil, afirmou⁷ que teve supervisão de seus chefes no sentido de sugerir pautas, mas “o que não havia muito era o acompanhamento da apuração e revisão da matéria”. Ele também destacou que raras vezes trabalhou mais do que as seis horas previstas por lei. Sobre a multifunção, disse ter fotografado algumas vezes em que fez coberturas na rua. No caso do Jornal do Brasil, ao sair, havia apenas ele e mais um estagiário.

Posteriormente, a pesquisa revela que, um em cada quatro jornalistas tinha mais de um emprego na área e metade havia começado a carreira profissional no máximo cinco anos antes (2012; p.23). Além disso, de cada dez jornalistas entrevistados, um era professor, quatro trabalhavam predominantemente fora da mídia e cinco trabalhavam principalmente em mídia.

Jornalistas brasileiros por área de atuação profissional principal (2012)



Fonte: Pesquisa “Perfil profissional do jornalismo brasileiro – Etapa 1”



⁷ Entrevista concedida ao autor por meio da rede social Facebook.

Os dados dão conta de que 45,8% dos participantes trabalhavam exclusivamente em mídia; 33,6% trabalhavam exclusivamente fora da mídia; 12,2% trabalhavam ao mesmo tempo em funções na mídia e fora da mídia; 4,4% trabalhavam como docentes e em funções na mídia ou fora da mídia; e 4% eram exclusivamente docentes.

Tal resultado nos mostra que se o jornalista já foi pensado romanticamente⁸, ou seja, aquela categoria profissional que se dedica exclusivamente a fazer notícias dentro de uma redação de uma empresa jornalística, atualmente este quadro tende mais ao equilíbrio de funções. Uma parte substancial da classe está alocada em assessorias de imprensa, departamentos de comunicação interna e trabalhando como *freelancers*, entre outras atribuições. Isso faz pensar que o próprio imaginário da profissão vai se modificando com o passar dos anos.

A pesquisa também aborda nesta etapa a questão dos salários dos jornalistas. Segundo os dados, 59,9% tinham renda de até cinco salários mínimos, ou R\$ 3.110,00. Dividindo este universo em gênero, as mulheres eram maioria no grupo cuja renda era até cinco salários mínimos: 65,5% delas estavam nesta faixa, enquanto 31,9% recebiam acima disso. Os homens eram maioria no grupo cuja renda era superior a cinco salários mínimos, com 46%, enquanto 50% dos entrevistados do sexo masculino tinham renda até cinco salários mínimos.

Também se destaca o trecho da pesquisa que se dedicou a investigar a carga horária que os jornalistas cumprem diariamente. Segundo a legislação, a categoria tem regime de cinco horas com possibilidade duas horas extras. Ou seja, um máximo sete horas diárias para o desempenho da função.

Apesar disso, o estudo concluiu que 43,3% dos jornalistas brasileiros trabalham de cinco a oito horas diárias; 40,3% de oito a 12 horas diárias; 11,6%, até cinco horas diárias; e 4,8% mais de 12 horas diárias. A pesquisa não informou, porém, este mesmo dado para cada um dos grupos utilizados como referência (jornalistas que atuam em mídia, jornalistas que atuam fora da mídia e jornalistas que são professores), o que impossibilita saber se cumprem mais horas diariamente jornalistas de redação (objeto de estudo deste trabalho) ou jornalistas que exercem outras funções.

⁸Existe entre os membros da imprensa e os estudantes de jornalismo uma figura do jornalista conhecida como romântica: o briguento, boêmio, apaixonado pelas notícias e fissurado em sua profissão. As histórias desse tipo de comportamento profissional perduram nas redações, mas parecem ser ecos vindos do passado.

2.1.3 – Características dos jornalistas que atuam na mídia

Ao analisarmos os dados relativos aos jornalistas que atuam na mídia podemos perceber que, embora haja uma contenção de gastos no setor e as companhias venham cada vez mais usando mão de obra terceirizada, esses profissionais estão intimamente ligados às empresas privadas com fins lucrativos. Quatro a cada dez jornalistas brasileiros residem em São Paulo, o que corrobora de certo modo esta premissa por se tratar do coração financeiro e econômico do país.

De fato, os números chamam a atenção: 83,2% dos jornalistas brasileiros que atuam na mídia estão vinculados a empresas privadas. Do restante, 9% são ligados ao setor público, 5,6% ao terceiro setor (ou ONGs) e 2,2% classificaram como “outro” o órgão para o qual trabalham.

Esses dados possibilitam insistir na ideia de que o jornalismo é - para além de uma fonte formuladora de ideias e disseminador de informação - um negócio, no qual o produto a ser comercializado são as notícias. Nunca deixou de sê-lo, e nunca deixará. A aceitação deste fato pode facilitar, em muito, a vida de um jovem repórter para entender o ramo em que está se inserindo. Isto porque, muitas vezes, as universidades tendem a valorizar teorias de comunicação que criticam práticas empresariais. Não apenas elas, mas o sistema de produção capitalista como um todo. Mas, ao chegar a um posto de trabalho em uma redação de jornal ou revista tradicional, o estudante se deparará com a realidade mais crua dos fatos: matérias recomendadas, ou que são publicadas devido a um patrocinador, ou a escolha do jornal por não noticiar determinados assuntos.

Sobre o tema, nos diz com precisão o jornalista português Nelson Traquina (2002):

O jornalismo é também um negócio. Todas as empresas jornalísticas, com exceção, das empresas públicas, enfrentam mais tarde ou mais cedo à tirania do balanço econômico final, ou seja, a comparação entre os custos e as receitas. As receitas provêm essencialmente das vendas e da receita da publicidade. O espaço ocupado pela publicidade intervém diretamente na produção do produto jornalístico. (...) Assim sendo, o conteúdo noticioso do jornal televisivo pode ser influenciado pela dimensão econômica: são incluídos no noticiário os acontecimentos noticiosos que julgam ser do maior interesse para maior número de público. Temos aqui um problema do sensacionalismo no jornalismo, acentuado ainda mais pela lógica da concorrência. A procura do lucro poderá levar a empresa jornalística à crescente utilização de critérios econômicos (...) (TRAQUINA; 2002, p. 78).

Além disso, vale destacar que 46,6% dos entrevistados dizem trabalhar para micro e pequenas empresas, 27% para médias empresas e 26,4%, para grandes companhias do setor.

Desse total de jornalistas, a pesquisa também informa que “somente um a cada quatro eram *freelancers*, contratados como pessoas jurídicas ou com contrato de prestação de serviços” (2012, p. 38). A predominância entre os participantes da pesquisa foi do vínculo formal entre empresa-empregado, com carteira de trabalho assinada de acordo com o que estabelece a CLT.

A seguir, mais dados vão desenhando a nova configuração do jornalismo que já foi discutida no início deste capítulo. O meio impresso ainda é o maior empregador entre as diversas mídias existentes, com 63,9% dos jornalistas. Quase metade dos participantes (44,6%) produz para mídias via internet, um terço (33,6%) para rádio, TV ou cinema e 20,5% disseram produzir conteúdo para “outras mídias”. Naturalmente, podemos entender que o questionário da pesquisa permitia assinalar mais de uma opção, o que também nos mostra que o jornalista atualmente é cobrado por uma produção multimídia, e não apenas em um único meio.

Apesar da maior concentração em veículos impressos, 76% dos jornalistas afirmaram ter seu trabalho “integralmente ou em grande parte divulgado pela internet”, 9% divulgam metade e 15%, “muito pouco ou nada”. Isso nos mostra a força da Internet frente aos meios impressos, que muitas vezes não têm espaço físico para adicionar reportagens ou notas. Sabendo-se da importância comercial que algumas notícias têm, muitos editores preferem veicular determinados assuntos somente *online*. Esta tendência parece ser inequívoca no mundo atual, mas existem ainda algumas barreiras, especialmente no que diz respeito ao formato da narrativa, uma vez que o leitor não consome da mesma forma os textos do impresso e da Web.

Além da exigência de conhecimento de diversas plataformas, também se destaca a informação de que os entrevistados eram contratados na maioria das vezes como repórteres ou editores, e trabalhavam principalmente com reportagem, redação,

produção de pautas, edição e fotografia, como fica exposto na figura abaixo:

Características dos jornalistas que atuam na mídia

Em relação aos jornalistas que atuam na mídia, pode-se afirmar que:

- H. eram contratados sobretudo como repórteres ou editores, e trabalhavam principalmente com reportagem, redação, produção de pautas, edição e fotografia

Atividades desenvolvidas no trabalho (múltipla escolha):

- Reportagem: 84,3%;
- Redação: 83,1%;
- Produção de pautas: 70,6%;
- Edição: 67,9%;
- Fotografia: 35,4%;
- Outras: 71,1%.



Com isso, é possível atestar que é comum e aceito entre os jornalistas o desempenho de mais de uma função dentro de uma redação de jornal. Como exemplo podemos citar os portais de Internet, como G1, Terra e Uol, que munem seus repórteres com uma câmera semi-profissional e pedem que façam, além do texto da notícia, imagens e, em alguns casos, vídeos.

2.2 - O mundo dos jornalistas e as reclamações

Voltamos neste momento a traçar uma análise da identidade dos jornalistas e como eles se enxergam socialmente. Como já explicitado, a categoria cria uma relação muito profunda com a profissão, e muitas vezes tende a dar a ela preferência em detrimento de outras esferas de suas vidas. Essa *adesão*, como classificou Travancas (1992), não apenas parte do indivíduo como também é incentivada pelo meio profissional no qual ele se insere.

Outro fator que parece muito importante de se expor é o fascínio que se desenvolve em torno da figura do jornalista. Popularmente, o repórter tem duas facetas sociais ambíguas: herói e vilão. Herói porque é capaz de trazer à tona esquemas de corrupção, auxiliar na solução de um crime, abastecer com informações pessoas que se

sentem inseguras sobre determinado assunto, entre tantas referências positivas ao trabalho. Contudo, é vilão também no momento em que pode tornar público fatos que são considerados particulares, como dados sobre a vida privada de uma figura proeminente, ou denunciar de forma equivocada algumas situações. Destaca a antropóloga:

Cada pessoa, a seu modo, estabelece uma relação com a sua profissão, por mais infinitas que possam ser as modalidades dessa relação. Mas ao nos aproximarmos dos profissionais de jornalismo, percebemos que há mais semelhanças que diferenças entre eles, os pontos em comum são mais fortes e as distinções, menores. Na medida em que o jornalismo é percebido por muitos como uma profissão de prestígio, ele vai poder ser utilizado como estratégia, possibilitando uma ascensão social e a obtenção de poder. Não está longe o tempo em que a carteirinha de jornalista abria as portas de vários mundos sociais, aqueles que poucas pessoas tinham ou têm acesso. E, como se pode depreender dos depoimentos, o desejo de ser jornalista está estreitamente ligado à ideia de poder, entendido aqui como capacidade de se impor e de influenciar a sociedade. Esse duo é percebido como valor e seu destaque e sua singularidade serão medidos por sua capacidade de intervir na realidade. É recorrente a afirmativa que associa o jornalista à figura do transformador social. Ao lado disso, o sucesso virá como consequência, uma vez que ele é pessoal e não está embutido em uma classe social ou atrelado à renda financeira, ainda que possa estar relacionado com os dois fatores. Pode-se pertencer à elite sem ter sucesso, entendendo-se elite como a camada da sociedade com acesso a poder, riqueza e informações e cultura em muito maior escala que o restante da sociedade. (TRAVANCAS; 1992, p.)

Muitas vezes, é o afã em se destacar e tornar-se uma figura de eminência dentro do meio em que trabalha (uma “estrela”) e, conseqüentemente, da sociedade que ocasiona em erros nas reportagens. Os jornalistas, como pôde perceber Travancas ao realizar sua pesquisa, estão muito preocupados com sua imagem. Embora se ajudem e reconheçam os colegas como companheiros da labuta, a competitividade é uma constante fonte de estresse para eles. O furo, ou a notícia que nenhum outro veículo foi capaz de apurar, é um dos maiores geradores disso. Por ser também um meio no qual as relações sociais são determinantes para a ascensão profissional, muitas vezes o bom desempenho de alguém causa inveja e ciúme em seus colegas.

Vale destacar que, para essa categoria, os relacionamentos sociais são essenciais como forma de estar dentro da profissão. É muito comum a formação de grupos dentro de redações, assim como também é muito frequente a promoção para aqueles que têm mais afinidade com chefes. Toda essa rede social complexa e maleável torna o ambiente das redações pesado, ao mesmo tempo que dinâmico. Há pouca oferta de postos e

vagas, e a própria natureza do trabalho, no caso de um repórter, está vinculada a uma espetacularização de sua produção. É o furo, a notícia quente⁹, a informação que ninguém mais teve acesso; situações consideradas básicas para se tornar um bom jornalista. Essa inclinação naturalmente vai travar uma dicotomia entre o indivíduo que exerce essa profissão e sua relação com os demais colegas.

É nesse contexto que a ética no trabalho entra em questão. Segundo o relato de Travancas (1992), nesse ponto muitas tensões se desenham. A questão ética abarca diversas situações pelas quais os jornalistas passam todos os dias, como seguir a linha editorial de determinado veículo mesmo sendo contrário a ela; ter que se relacionar com as fontes de modo que elas não deixem de procurá-lo mas também não se sintam meramente “sugadas” pelo repórter; o modo de interação com os colegas, uma vez que as relações dentro do ambiente de trabalho passam a ser as principais de sua vida e são caracterizadas pela formação de “patotas”:

Quase todos conseguiram o primeiro emprego graças, principalmente, a algum professor, amigo ou parente que lhes abriu as portas de um veículo. Também são comuns os casos em que o bom desempenho na faculdade levou à obtenção de um estágio ou emprego, ainda que temporário.

A censura interna, sobretudo nas grandes empresas, também é tida como um entrave delicado, uma vez que pode pôr em confronto os interesses e a filosofia da empresa e a ética profissional. Nessas horas, ressaltam, é preciso ter muito “jogo de cintura”. E quanto o prato que oscila da balança é não ganhar o suficiente e não realizar um trabalho com liberdade, do agrado do jornalista, é aí que ele se sente esmagado. (TRAVANCAS; 1992, p.122).

Tal prática de ingresso no mercado de trabalho faz refletir sobre a importância das relações dos jornalistas com jornalistas para o sucesso na profissão. Naturalmente, algumas situações poderão ficar no limbo daquilo que é tido moralmente como correto, com destaque para a relação com fontes, e que todo jornalista para ser reconhecido pela categoria – objetivo de boa parte deles – precisa atentar para esses aspectos. Até como forma de preservar a sua credibilidade e dar prosseguimento ao trabalho.

A elaboração de um ser social dos jornalistas nos ajuda nesse momento a entender as razões que levam essas pessoas a, após um curso universitário, aceitarem salários que consideram baixos, com altas cargas horárias e grande índice de tensão na profissão que exercem. E tais dados são amplamente divulgados dentro das

⁹ Notícia quente, ou fria, é uma expressão muito usada no jornalismo para designar acontecimentos que terão maior ou menor repercussão

universidades, seja por colegas que já estagiam em redações ou professores que trabalharam nelas. Os conceitos de *paixão* e *adesão* juntamente à esfera de poder que o jornalismo permite parecem nos dar algumas pistas sobre a aceitação de condições de trabalho que consideram impróprias.

Ao realizar sua pesquisa, Isabel Travancas encontrou muitas reclamações semelhantes relativas ao excesso de trabalho e de funções, baixa remuneração e pouco tempo para a vida pessoal. Ao acompanhar três repórteres, de impresso, televisão e rádio, respectivamente, a pesquisadora se deparou com uma intensa paixão pela profissão e pela “boa notícia”. Além disso, fica novamente em evidência a importância das relações sociais, tanto entre seus pares como com as fontes, na vida de todos os jornalistas.

Mas há trechos que identificam certo descompromisso do jornalista com o estudo de sua própria função social. Ao acompanhar a repórter televisiva, por exemplo, ouve de uma colega da entrevistada que jornalista “não é tema de estudo”. Quando estava junto ao repórter de rádio e encontram outros jornalistas, “todos brincam sobre o tema da minha pesquisa e, antes mesmo que eu pergunte qualquer coisa, começam a contar os problemas da profissão” (Travancas, Isabel; 1992, 70), o que demonstra que o assunto é tratado com frequência na rotina desses profissionais.

Em outro momento do livro, quando entrevistou mais de cinquenta jornalistas entre 24 e 38 anos no início da década de 90, a pesquisadora se deparou com reclamações que até hoje são comuns aos membros da imprensa. Em suas palavras:

Quando se abordam os problemas da profissão, os depoimentos são unânimes em apontar o mais sério deles: o baixo salário. Não houve um jornalista sequer que não tivesse comentado ou reclamado da remuneração. Para todos, esse é o problema mais grave e sem solução a curto prazo. Em seguida à questão salarial, vem outra, também vinculada à primeira: a carga horária. Muitos salientam que a jornada de trabalho do jornalista de cinco horas com possibilidade de mais duas horas extras, raramente é cumprida à risca (...) Outro aspecto levantado é o pequeno e fechado mercado de trabalho, que, aliado à grande oferta de mão de obra barata, dificulta, segundo os entrevistados, a melhoria de salário e das condições de trabalho” (TRAVANCAS; 1992, p. 121).

Também chama a atenção para esta “entrega” à profissão o experiente repórter Ricardo Kotscho em “A prática da reportagem” (2004) ao afirmar que “antes de ser mera opção profissional, este ofício é uma opção de vida” (KOTSCHO; 2004, p. 7). Ele

esmiúça este conceito e faz cair por terra, em sua concepção, os atrativos “sedutores” do jornalismo:

As técnicas, qualquer um aprende em pouco tempo. Mas, antes de começar a escrever, o repórter tem que definir bem definido porque escolheu essa profissão, o que quer dela. Se for dinheiro, prestígio ou segurança, melhor desistir logo, porque existir mil opções mais atraentes. O repórter só deve ser repórter se isso irreversível, se não houver outro jeito de ganhar a vida, se alguma força maior o empurra para isso. (KOTSCHO; 2004, p. 8).

Os depoimentos dados à pesquisadora e o testemunho de um experiente repórter nos revelam que há, de fato, uma aceitação de condições de trabalho que não são ideais para ser jornalista dentro de uma redação de um grande jornal, e até de um pequeno. Apesar disso, são poucos os movimentos dentro das empresas tradicionais para se mudar esse quadro. Analisaremos mais estes dados mais nos próximos capítulos, mas podemos adiantar que o mercado jornalístico no Brasil é restrito a poucos grupos empresariais, o que faz com que muitos jornalistas desistam de mover processos e organizar-se para reivindicar mais direitos com medo de serem “excluídos” desse circuito de postos de trabalho.

Essa situação de pouca oferta de empregos para uma demanda grande de mão de obra nos remete à Revolução Industrial e ao que o filósofo alemão Karl Marx denominou *exército industrial de reserva*. O termo corresponde à força de trabalho ociosa, excedente às necessidades da produção:

Segundo Marx (1988), para que o sistema capitalista siga em constante acumulação é necessário que parte da população esteja desempregada, pois, desta forma, as reivindicações por melhores salários e por condições dignas de trabalho pela classe trabalhadora empregada são subjetivamente reprimidas pela classe dominante, devido ao receio do desemprego. (Marx, K; 1988 *apud* FRIGO & SCHUSTER; 2013, p. 9)

Todas essas situações se somam para formar um jornalista brasileiro atualmente. A velocidade com o que o setor, que sofreu grande impacto com o surgimento da Internet, muda é impressionante e talvez quando este estudo seja publicado já haja novas ferramentas ou ideias compartilhadas para a solução dos problemas.

O fato é que o conceito de adesão desenvolvido por Travancas é facilmente encaixável na descrição do “jornalista típico” de diversos eminentes jornalistas. A adesão, ademais, formula para esta categoria uma visão de mundo e um estilo de vida bastante específico, que ajudam a explicar também grande parte das queixas.

A profissão definitivamente não parece fácil, tendo em vista o pouco retorno financeiro e a grande demanda de tempo e estresse para exercê-la, suprimindo esferas da vida como a família, as relações amorosas e, especialmente para as mulheres, a maternidade:

É grande o número de separados e de solteiros sem parceiros. A maioria aponta o trabalho como causa disso. Afinal, comentam, não todo marido que aceita ter uma mulher sem hora certa para chegar em casa, que trabalhe no fim de semana e possa ser chamada a qualquer momento pela redação. Outros comentam que há muitos casamentos entre jornalistas, mas nem sempre é uma experiência positiva, devido aos horários, que mudam muito. Por ser um tipo de trabalho que agrega as pessoas e as ocupa demais, favorece essa aproximação (TRAVANCAS; 1992, p 129).

Fica exposto ainda que:

O que se percebe ao discutir o papel da família na vida desses profissionais é que há uma tensão sempre presente entre os dois *mundos*: o do trabalho e o da família. Por isso ocasionalmente seus discursos podem parecer contraditórios ao privilegiarem um dos aspectos em determinado momento e o outro logo em seguida. A tensão é permanente e está expressa até mesmo na própria dificuldade, por eles manifesta, de manter relações conjugais duradouras. (TRAVANCAS; 1992, p.130).

Por fim, é ponto pacífico que o jornalista se pensa, antes de tudo, jornalista. Essa tendência pode não se perpetuar com o declínio do modelo tradicional de se noticiar, mas é a partir dessas reminiscências do imaginário coletivo da categoria que podemos traçar as disposições dos novos jornalistas que embarcam nesse mercado de trabalho espinhoso. “O *ser jornalista* contamina os demais papéis, ainda que de forma diferenciada”, analisa a antropóloga, destacando a importância da profissão na construção de identidade desse grupo social, pertencente, em grande parte, às camadas médias urbanas, uma classe indistinta e repleta de nuances.

Com este traçado teórico e também a partir de dados concretos extraídos da pesquisa da FENAJ, podemos dar prosseguimento à análise das condições de trabalho nas redações. O próximo passo será a discussão do modelo econômico do setor e o que tem mudado, já discutido brevemente aqui, mas que é crucial para entender determinadas escolhas de grandes empresas de mídia, que não deixam de ser, no final do mês, companhias preocupadas em balancear os pagamentos e obter lucro com seu produto.

3 - A ECONOMIA DO JORNALISMO

O jornalismo, como qualquer outro setor inserido no processo capitalista de produção, precisa de um modelo de negócios que lhe garanta a sobrevivência financeira. É a partir do bom funcionamento deste modelo que as empresas da mídia, e seus respectivos veículos de comunicação, garantem a saúde financeira de seus negócios. Esta saúde financeira chega aos jornalistas através do pagamento de seus salários e benefícios. Se o excedente de lucro for suficiente, a empresa pode investir em novas empreitadas, como a contratação de novos funcionários, novas plataformas, entre tantas outras funcionalidades.

A função social do jornalismo é muito debatida pelos estudiosos do tema, mas, se levarmos em consideração que, segundo a FENAJ, 83% (2012; p.40) dos jornalistas brasileiros que atuam dentro da chamada mídia estão vinculados a empresas privadas com fins lucrativos, a prática nos leva a crer que muitas vezes a notícia tem mais relevância comercial, ou pessoal do dono do jornal, do que social, no sentido de ser algo que auxilie no processo democrático. Isto porque, dentro deste setor, o produto a ser vendido são as notícias. O jornalista português Nelson Traquina analisa da seguinte maneira:

O jornalismo tem custos, a começar pela contratação de jornalistas e pelos vencimentos oferecidos aos jornalistas. A análise da imprensa regional portuguesa - em geral, empresas com fracos recursos econômicos - aponta para a importância da dimensão econômica. Com poucos recursos econômicos, muitas empresas jornalísticas regionais têm sérias dificuldades em contratar profissionais a tempo inteiro e oferecer vencimentos que sejam atrativos. (...) Assim, a extensão da rede que a empresa coloca para “captar” os acontecimentos e as problemáticas não pode deixar de estar relacionada com os recursos econômicos da empresa jornalística (...) A dimensão econômica enfatiza a percepção da notícia como um produto que deve ser inserido na relação existente entre o produtor e o cliente e satisfazer as exigências do cliente. (TRAQUINA; 2002, p.79).

No Brasil, segundo o Portal Comunique-se¹⁰, foram demitidos mais de 1.230 jornalistas dos mais diversos segmentos de jornalismo em 2012, com ênfase nos meios impressos, como revistas e jornais. Podemos destacar, nesse contexto, a demissão de 450 funcionários da REDE TV!, quase um terço de seu quadro total, em março.

¹⁰ Mais de mil jornalistas foram demitidos nos últimos doze meses. Portal Comunique-se. Informação disponível em: <http://portal.comunique-se.com.br/index.php/editorias/9-contratacao/70513-mais-de-mil-jornalistas-foram-demitidos-nos-ultimos-doze-meses.html>. Acesso em: 10-10-2013.

A tradicional editora Abril também passou a se reestruturar e demitiu mais de 150 jornalistas e anunciou o fechamento de quatro revistas (Alfa, Bravo!, Gloss e Lola) em agosto de 2013. Gigantes do setor no país, como o Grupo Estado e o Grupo Folha, também dispensaram funcionários em 2012 e mudaram suas formatações de consumo de conteúdo. Na *Folha de S.Paulo*, por exemplo, a versão *online* passou a usar desde junho a tecnologia do *paywall*, cobrando pelo conteúdo produzido. O jornal *O Globo*, no Rio, também migrou para este modelo recentemente. No Grupo Estado, além das demissões, foi anunciado o fechamento do tradicional *Jornal da Tarde*. O Grupo Ejesa/Ongoing, responsável pelo portal *IG* e pelas edições dos jornais *Meia Hora*, *O Dia* e *Brasil Econômico*, não chegou a declarar publicamente dificuldades financeiras e desmente boatos de venda, mas dentro da redação do jornal *O Dia*, segundo relatos, o clima é de apreensão e diversos segmentos do jornal já foram cortados. Inclusive, a empresa mudou sua localização para a Lapa neste ano e vendeu o antigo prédio localizado na Rua do Riachuelo, na Lapa, centro da cidade.

Os exemplos se multiplicam e, neste ponto do estudo, é necessário avaliar como está o mercado e o modelo de negócios dos jornais.

Desde a ascensão da Internet como uma realidade diária para uma grande parte da população, em meados da primeira década do século XXI, este meio tem sido o mais utilizado pela população, especialmente para a faixa etária entre 12 e 64 anos.

Além disso, existe uma migração dos leitores mais jovens, que buscam mais por notícias em meios digitais do que as gerações anteriores, que por sua vez não tiveram essa oportunidade. O costume de se ler um jornal ou uma revista física está cada vez mais associado à família ser assinante de determinada publicação.

Os jornais impressos e revistas utilizam um modelo de negócios baseado, de forma geral, em duas fontes de receita: a venda de suas publicações - seja em bancas ou em assinaturas - e os anúncios. O jornalista e autor norte-americano Ken Doctor desenvolve este tema em “*Newsonomics: Doze novas tendências que moldarão as notícias e o seu impacto na economia mundial*”, ao afirmar que o “Velho Mundo das notícias acabou” (DOCTOR; 2011, p.109). Com a premissa, ele alerta que o antigo modelo de negócios amparado principalmente na receita advinda dos anunciantes de produtos não se sustentará por muito tempo e já está dando sinais de derrocada. Nos Estados Unidos, segundo Doctor, “o crescimento dos anúncios *online* das empresas de jornais desacelerou substancialmente, e essas empresas estão imobilizadas, com mais de

85% dos seus rendimentos dependendo do velho e agonizante material impresso” (DOCTOR; 2011, p.112).

No Brasil, a circulação de publicações impressas aumentou desde 2003, de acordo com a Associação Nacional de Jornalistas (ANJ)¹¹. A circulação estimada pela própria Associação, baseada no Instituto Verificador de Circulação (IVC), foi de 8,802 milhões de exemplares em 2012 frente a 7,883 milhões em 2000, ano que será utilizado como base neste trabalho por conta de o outro dado presente na ANJ, dos jornais afiliados ao IVC, só ter sido contabilizado a partir desta data. Da mesma maneira, os jornais afiliados ao IVC também registraram aumento da circulação de 2000 a 2012, pulando de 3,980 milhões para 4,520 milhões de exemplares vendidos por dia. Podemos entender que este aumento foi de quase 500 mil exemplos diariamente, em dez anos, o que não mostra grande fôlego para o setor.

Embora os dados pareçam contraditórios, podemos citar motivos que contribuíram para este avanço no consumo. O mais importante foi o crescimento econômico do próprio país durante a década de 2000 e o significativo aumento do salário mínimo. O Produto Interno Brasileiro (PIB), soma de todas as riquezas do país, cresceu de R\$ 1,089 trilhão¹² em 2000 para R\$ 4,403 trilhões¹³ em 2012, colocando-nos como sétima maior economia do planeta¹⁴. Houve grande incentivo dos governos, desde a criação do Plano Real, em sanear as contas públicas e aumentar a distribuição de renda entre a população. Uma das consequências desses planos foi o surgimento da chamada “classe C” de consumo.

No campo do salário mínimo, o aumento foi bastante significativo: de R\$ 151,00 (BRASIL. Lei nº 9.971, de 18 de maio de 2000) para R\$ 678,00 (BRASIL. Decreto nº 7.872, de 26 de dezembro de 2012). O valor mais que quadruplicou, e como os salários das empresas são montados com base no salário mínimo, podemos inferir que a renda da população cresceu bastante nesses anos.

¹¹ Circulação de publicações impressas. Associação Nacional dos Jornalistas. Disponível em: <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/circulacao-diaria>. Acessado em: 11/11/2013.

¹² PIB do Brasil cresce 4,46% em 2000 e atinge R\$1,089 tri. Frigoletto.com.br. Disponível em: <http://www.frigoletto.com.br/GeoEcon/pibbrasil.htm>. Acesso em: 02/12/2013.

¹³ PIB cresce 0,9%, e Brasil fica atrás da média dos países ricos em 2012. BBC. Disponível em: http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/03/130301_pib_brasil_ru.shtml. Acesso em: 02/12/2013.

¹⁴ Brasil deve recuperar posto de 6ª maior economia em 2013, mostra FMI. Portal G1. Informação disponível em: <http://g1.globo.com/economia/noticia/2013/04/brasil-deve-recuperar-posto-de-6-maior-economia-em-2013-mostra-fmi.html>. Acessado em: 11/11/2013.

Essas informações nos ajudam a entender que os brasileiros passaram a consumir mais os produtos jornalísticos, especialmente por conta do aumento da capacidade econômica no país, da oferta de crédito dos bancos e do poder de consumo das pessoas.

Embora a circulação dos impressos tenha aumentado, a Internet também cresceu – e foi além de seus “concorrentes”. Segundo pesquisa da Associação Nacional de Jornais (ANJ), em 2012 os entrevistados gastaram 170 minutos conectados à rede por dia. O número foi o segundo maior desde o início das pesquisas, em 2003, ficando atrás apenas de 2011, quando os entrevistados responderam passar 173 minutos por dia conectados¹⁵.

Ano	Jornais	Revistas	Rádio	Televisão	Internet
2012	35	39	127	129	170
2011	36	42	132	173	173
2010	35	42	135	128	167
2009	35	41	134	126	161
2008	35	41	131	129	156
2007	38	41	139	129	160
2006	39	40	136	129	150
2005	39	42	105	126	147
2004	41	45	107	132	149
2003	41	54	107	131	139

Fonte: Ibope Mídia (Brasil) – Target Group Index - Ano 10 (agosto08-agosto09)

Dados relativos a 10 áreas metropolitanas, interior do estado de São Paulo e interior das regiões Sul e Sudeste.

Idade da população: 12-64

Amostra pesquisada: 19.456 entrevistas

Jornal/Revista = tempo médio dedicado à leitura de um exemplar

Rádio = tempo médio ouvido ontem

TV = tempo médio assistido na última semana / média dividida por 7

Internet = tempo médio que fica conectado por dia

Já a leitura dos meios de comunicação tradicionais, como os jornais impressos e as revistas, registraram quedas. Para os jornais, a média de minutos dedicados à sua leitura em 2003 era de 41, contra 35 minutos em 2012; para as revistas, tal indicador caiu de 54 para 39 no mesmo período, de acordo com a ANJ. A última se destaca pela queda acentuada no tempo de leitura diária: 15 minutos, ou uma redução de aproximadamente 28%.

Essa tendência parece se intensificar com o passar dos anos. Os usuários da Internet, por sua vez, passavam 139 minutos de seu tempo conectados em 2003. A evolução até os últimos dados de 2012 foi de 31 minutos por dia, salvo o pico de 173 minutos em 2011. Fatores como a popularização do consumo de produtos eletrônicos e

¹⁵ Figura extraída do site da Associação Nacional dos Jornalistas (ANJ). Disponível em: <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/tempo-de-leitura>. Acesso em: 03/11/2013.

a queda de seus preços podem explicar um maior uso da Internet pela população brasileira.

No início de 2013, a multinacional de consultoria de gestão Accenture divulgou um levantamento¹⁶ no qual o Brasil foi indicado como o segundo maior consumidor de equipamentos eletrônicos do mundo, atrás apenas da China. O país já figura entre os maiores consumidores deste tipo de produto na pesquisa da Accenture há alguns anos. Além da concretização do desejo de consumo, o país também aparece como segundo colocado no que diz respeito à intenção de compra de novos aparelhos em 2013.

O levantamento, segundo a Accenture, foi realizado em setembro e outubro do ano passado, com 11 mil entrevistados em 11 países. Os participantes foram divididos igualmente entre homens e mulheres. A faixa etária dos respondentes foi segmentada em: 26% com 55 anos ou mais; 18% entre 45 e 54 anos; 20% entre 35 e 44 anos; 21% entre 25 e 34 anos; e 15% entre 18 e 24 anos.

O estudo concluiu, sem referir-se à faixa de renda dos pesquisados, que os brasileiros gastaram em média US\$ 1.080, em 2012, e pretendem consumir US\$ 1.323, em 2013, em eletrônicos. Somente os chineses apresentaram valores superiores, com US\$ 1.251 e US\$ 1.489, respectivamente.

Esses dados ajudam a pensar que o consumo de notícias na Internet será amplamente intensificado nos próximos anos. Aliado a isso, ainda temos o avanço, mesmo que vagaroso, das ofertas de conexão em banda larga das operadoras de telefonia, o que trará ainda mais possíveis clientes dos produtos jornalísticos eletrônicos. A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) vem pressionando as principais operadoras do serviço no país a ampliarem os investimentos em suas redes e, em novembro de 2013, endureceu a cobrança ao exigir¹⁷ que todas as operadoras de banda larga, mesmo a banda larga móvel (conexão 3G/4G), são obrigadas a entregar, no mínimo, 30% do valor contratado por dia e 70% por mês. Antes, elas podiam entregar 20% por dia e 60% ao mês.

É importante neste momento, antes de investigarmos com mais profundidade os efeitos da rede no modelo de gestão de negócios das empresas jornalísticas, fazer uma

¹⁶ Consumer Electronics Products Services Usage Report. Accenture Online. Disponível em: <http://www.accenture.com/us-en/Pages/insight-2013-consumer-electronics-products-services-usage-report.aspx>. Acesso em: 03/11/2013.

¹⁷ Informação disponível em <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalInternet.do>. Acesso em: 12/11/2013.

pequena pausa para contextualizar o próprio surgimento da Internet com o as mudanças no modelo de produção capitalista.

3.1 – Pós-fordismo, flexibilização e o trabalho

Desde os choques do petróleo na década de 70, que desorganizaram o modelo de negócios de empresas e Estados com aumento do preço da *commodity*¹⁸, o capitalismo passou por mudanças profundas em relação ao seu processo produtivo. Se antes é pacífico dizer que o modelo vigente era o fordismo¹⁹, cuja lógica não parecia mais atender às necessidades da economia, passou-se a implementar o regime da acumulação flexível, também conhecido como pós-fordismo. Uma das características do fordismo era o grande investimento em tecnologia essencialmente industrial para obtenção de lucro com maior produtividade, mas essa estratégia ficou comprometida pela crise econômica oriunda dos choques de preço do petróleo, que abalou não apenas Estados e empresas como o poder de consumo das populações.

Por conta dessa instabilidade econômica, os investimentos em produtos industriais reduziram-se e parcela significativa do consumo se moveu para setores de serviços e seus segmentos (comércio, finanças, saúde, atividades relacionadas ao entretenimento). A concorrência nesses nichos se acirrou e “a indústria direcionou suas estratégias de padronização em larga escala para a crescente agregação tecnológica, maior qualidade e personalização de seus produtos” (PINTO; 2007, p.38 *apud* FRIGO & SCHUSTER; 2013, p.2). Para atingir esses objetivos, Geraldo Augusto Pinto complementa que era necessário:

- 1) Alta flexibilidade da produção, ou capacidade de produzir diferentes modelos de produtos num curto período de tempo, mantendo-se ou não a larga escala;
- 2) Altos índices de qualidade nos produtos, o que reduzia, inclusive, custos de produção;
- 3) Baixos preços finais dos produtos, através da baixa capacidade ociosa de equipamentos, de estoques e de efetivos de trabalhadores;
- 4) Entrega rápida e precisa aos clientes. (PINTO; 2007, p.38 *apud* FRIGO & SCHUSTER; 2013, p.2.; 2013, p. 2)

¹⁸ Commodity vem do termo em inglês que significa “mercadoria”. Em economia, trata-se de um bem, ou serviço, para os quais existe procura sem atender à diferenciação de qualidade do produto no conjunto dos mercados e entre vários fornecedores ou marcas. Exemplos: petróleo, soja, milho etc.

¹⁹ Termo cunhado por Antonio Gramsci, no livro “Americanismo e Fordismo”, para definir o modelo produtivo de racionalização da produtividade no capitalismo baseada em inovações técnicas e organizacionais que se articulam tendo em vista a produção em massa e o consumo em massa. Suas principais características são a linha de montagem e a divisão de trabalho da mão de obra.

Tal reestruturação, denominada produtiva, surgiu de uma própria necessidade do sistema capitalista em “conter a situação e manter a acumulação de capital a elevadas taxas de lucro” (FRIGO & SCHUSTER; 2013, p.2; 2013, p. 3). Como efeito, fica explícito que a contenção de custos se tornou um imperativo econômico a partir da década de 70. Essa expressão, por sinal, já faz parte do jargão de executivos e gestores de empresas. O sociólogo Ricardo Antunes (2005) destaca que desse processo surgem novas configurações na relação entre as corporações e seus empregados:

Esse quadro configura uma nova morfologia do trabalho: além dos assalariados urbanos e rurais que compreendem o operariado industrial, rural e de serviços, a sociedade capitalista moderna vem ampliando enormemente o contingente de homens e mulheres terceirizados, subcontratados, part-time, que exercem trabalhos temporários, entre tantas outras formas assemelhadas de informalização do trabalho, que proliferam em todas as partes do mundo (ANTUNES, 2005, p. 17 *apud* FRIGO & SCHUSTER; 2013, p.4).

Esta nova configuração é marcada pela flexibilização do trabalho. Diversas barreiras, como a possibilidade de se trabalhar em casa – *homeoffice* –, passam a ser exploradas pelas empresas. As consequências disso para os trabalhadores podem ser entendidas como a precarização e a informalização na relação com o empregador.

Para o jornalismo, que naturalmente se insere neste contexto, “os novos recursos sócio-técnicos, sobremaneira a internet - mudaram tanto o mercado de trabalho desse profissional, como o local onde exerce suas atividades, bem como a sua prática laboral” (FRIGO & SCHUSTER; 2013, p.4). Esse profissional, por estar ligado mais do que outras categorias à Internet, passa a ser cobrado de maneira diferenciada. É simples: se antes o repórter de um impresso produzia apenas texto, agora lhe são incumbidas tarefas como produção de vídeos e áudio e, conseqüentemente, a edição disso. Trata-se, portanto, de um profissional multimídia. Apesar disso, os relatos são contundentes em afirmar que as empresas não remuneram adicionais para outras aplicações da mão de obra, como nos mostra o depoimento de um repórter de uma grande rádio do Rio de Janeiro²⁰:

todo repórter que vai para a rua tem que tirar foto para o site. Às vezes precisamos tirar várias fotos porque a chefia quer fazer uma galeria de imagens na home. Além disso, a rádio tem um quadro chamado “Seu Bairro, Nossa Cidade” no qual o repórter ainda precisa fazer um vídeo sobre problemas nos bairros.

²⁰ Informação concedida ao autor por meio de entrevista via e-mail.

Como destacou Isabel Travancas em “O mundo dos jornalistas” (1992), as principais reclamações trabalhistas dentro dos jornais são a baixa remuneração e a alta carga horária. Se pegarmos o estado do Rio de Janeiro como base, podemos analisar que o piso salarial, segundo a FENAJ, é, em cidades com mais de 300 mil habitantes, de R\$ 1,205,65 e R\$ 1,804,16 para redatores de 5 e 7 horas diárias, respectivamente; R\$ 976,09 e R\$ 1,483,53 para repórter de 5 e 7 horas diárias, respectivamente. Os dados são de 2011. Se pegarmos da mesma forma o valor do salário mínimo estabelecido pela presidência da República em 2011, de R\$ 545,00 (BRASIL. Lei nº 12.382, de 25 de fevereiro de 2011), e fizermos uma razão entre o piso salarial e o salário mínimo, percebemos que o resultado não chega, na melhor das hipóteses, a 3,5. Tal dado revela que, de fato, a categoria dos jornalistas sofre bastante no ponto de vista econômico. Com a valorização do salário mínimo, o avanço da inflação e a crise no setor jornalístico, a renda real dos jornalistas tende a estar menor atualmente.

Isso é preocupante do ponto de vista da qualidade do trabalho a ser executado, simplesmente porque grande parte da mão de obra mais qualificada – entendendo o termo “qualificada” também como aqueles que optaram por pagar cursos e investir em sua formação profissional – sente que não está sendo contemplada economicamente e migra das redações para assessorias de imprensa e departamentos de comunicação de grandes empresas. O custo benefício ao pesarem o estresse, a dedicação, a alta carga horária e a baixa remuneração da profissão não parece fazer sentido.

De fato, é preciso atentar à significativa valorização do salário mínimo na última década no Brasil. Como já explicitado, este valor ampliou-se em mais de quatro vezes. A pergunta que se fazem os jornalistas é a razão de eles também não sentirem essa valorização em suas rendas.

Algumas empresas, destacam Frigo e Schuster, tentam controlar o desempenho de seus funcionários e estimulá-los a partir de premiações e planos de metas:

Por sua vez, Taschner (1992) - autora de Folhas ao Vento, que realizou um estudo sobre a evolução empresarial do Grupo Folha e as suas reestruturações - sustenta que há um controle de desempenho de cada jornalista, mecanismos de advertência, de congratulações e planos de metas a serem atingidas. Capparelli (1997), na mesma linha, relata que uma das formas de pagamento dado pelo Grupo RBS aos seus profissionais, desde 1993, é através do sistema de remuneração Plano de Participação nos Resultados (PPR). Pelo PPR, o jornalista recebe um salário mensal conforme a faixa de tempo de ingresso na empresa e a sua capacidade de trabalho, além de bônus por metas cumpridas em equipe e individualmente. Esses conjuntos de

procedimentos ao mesmo tempo em que controlam, promovem a adaptação do jornalista ao processo de trabalho. (FRIGO & SCHUSTER; 2013, p.8)

Chamam a atenção, no entanto, alguns dados já expostos neste trabalho. Segundo a FENAJ, 59% dos jornalistas têm até 30 anos. Além disso, 64% são mulheres, que de acordo com o mesmo estudo recebem menos em média do que os homens. Esse perfil nos dá algumas pistas de que as empresas se dispõem a pagar, de fato, baixos salários a seus funcionários. O presidente do Sindicato dos Jornalistas do Rio Grande do Sul, José Nunes²¹, insiste que as demissões nas empresas do estado são usadas como forma de reduzir custos. Com isso, aumenta a rotatividade, mas como forma de substituir jornalistas experientes e com salários mais altos por profissionais jovens e com salários mais baixos. Este dado nos parece contundente à medida que a pesquisa da FENAJ nos revela que apenas 19,1% dos jornalistas tinham 41 anos ou mais (desses, 8% tinham 51 anos ou mais).

O especialista em psicologia e psicodinâmica do trabalho José Roberto Heloani²² também chamou atenção para este fato em entrevista²³ ao Sindicato dos Jornalistas Profissionais de São Paulo (SJSP). Segundo ele, é mais fácil para

as empresas manterem os profissionais jovens em detrimento dos antigos, já que os primeiros não têm família, enquanto os últimos geram muitos encargos. O “gás”, a disposição em aprender e a saúde estável dos chamados “focas” também o fazem aceitar, com frequência, qualquer condição de trabalho. (FRIGO & SCHUSTER; 2013, p.8).

Essas mudanças no jornalismo precisam de reflexão. A polivalência de atividades exercidas, o tempo despendido para executá-las, o sempre presente medo do desemprego e a baixa remuneração no setor afetam, como consequência, o jornalismo em si. A respeito disso, ressaltam Verônica Almeida de Oliveira Lima²⁴ e Vinícius Ramos Bezerra²⁵ (2010):

²¹ Relato do presidente do SINDJORS, José Maria Rodrigues Nunes, ao site do Sindicato. O acesso pode ser realizado através do link: <http://www.jornalistas-rs.org.br/?pagina=noticia-ler&id=1126>

²² Heloani iniciou, no ano de 2002, uma pesquisa que busca entender quais são os efeitos do processo de reestruturação do mercado de trabalho nas relações sociais e profissionais dos jornalistas – “Reestruturação positiva e qualidade de vida dos jornalistas”.

²³ Estresse dos jornalistas beira a exaustão”, diz pesquisador. Site do Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo. Disponível em: http://www.jornalistasp.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=4197&Itemid=. Acesso em: 14/11/2013.

²⁴ Mestre em Sociologia pela Universidade Federal da Paraíba; coordenadora do curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos –

As transformações técnicas e econômicas que atingem as organizações da mídia jornalística ao longo do tempo transformam não apenas a sua organização institucional, suas rotinas de produção e o perfil dos jornalistas, como também a natureza do jornalismo e com isso a identidade sócio-profissional do jornalista. [...] pela necessidade de fornecer o máximo de informações precisas num tempo cada vez mais comprimido, o jornalista afasta-se da sua condição de mediador crítico, daquele que relata, explica, interpreta e analisa questões de interesse público para a sociedade, contribuindo para a formação da opinião pública. O padrão que parece se delinear é o de um jornalismo basicamente informativo, prestador de serviços, adaptado a lógica capitalista da corporação, um mediador de retórica técnico-objetivista (LIMA e BEZERRA, 2010, p. 9 *apud* FRIGO & SCHUSTER; 2013, p.12).

Com essa premissa em relação à nova formatação do trabalho no sistema capitalista e sua inclusão nas empresas jornalísticas, podemos prosseguir na análise de como o modelo de negócios da área está se modificando.

3.2 – As revoluções do leitor e da propaganda

De todas as mudanças que surgiram no jornalismo como negócio nos últimos anos, podemos destacar duas que definitivamente transformaram a realidade econômica da área. O analista de mídia norte-americano Ken Doctor (2011) destrinchou as principais características do novo jornalismo que se apresenta e destacou duas revoluções: a do leitor e a da propaganda.

Para explicarmos da forma devida o que são, devemos atentar para o conceito de *gatekeeper*. É assim que o autor denomina os editores dos grandes jornais porque eles controlam quase tudo o que deve ou não ser publicado por um veículo: “os *gatekeepers* dos jornais costumavam levar o mundo para os seus leitores” (DOCTOR; 2011, p. 30). A tecnologia acabou com esse domínio dos editores locais. Isto porque os sites de buscas, que agregam conteúdo de diversos veículos, prosperaram de uma maneira que ninguém sonharia em prever no final dos anos 90. O leitor, agora, se sente com mais poder diante da imensidão de notícias que pode acessar. E não apenas o jornal local, no caso de cidades menores, mas grandes veículos renomados como *New York Times*, dos Estados Unidos, o *The Guardian*, da Inglaterra, e no Brasil, jornais como a *Folha de S.Paulo*, *O Estado de São Paulo* e *O Globo* passaram a ser tão acessíveis por meio da Internet quanto qualquer outra publicação.

Isso configurou uma mudança estrutural. Se antes o jornal tinha um espaço de “determinar” o que era importante, a rede trouxe uma abundância de informação. Não há mais espaço para escassez de notícias. E o pior, de uma maneira geral até este momento, todo este conteúdo tem sido distribuído na Internet gratuitamente. No Brasil, é muito recente o movimento de cobrança para a leitura de matérias:

Para aumentar ainda mais os estragos à mídia convencional, quase todas essas coisas são gratuitas. Desse modo, os jornais, cuja renda durante muito tempo se originou em parte (20%) de assinaturas dos leitores e da venda de exemplares avulsos, têm se visto em grande medida impossibilitados de cobrar pelas notícias e artigos na rede. Isso significa que além de o número de leitores do jornal impresso ter diminuído, à medida que eles passam a fazer a leitura *online* param de pagar (...) O conteúdo gratuito que existe é bom o bastante para satisfazer a maioria dos leitores (DOCTOR; 2011, p. 118).

Com isso em mente, podemos explicar a revolução do leitor, proposta por Ken Doctor (2011). Ele considera que a mídia tradicional minimizou a importância do valor da agregação de conteúdo. O consumo de notícias se modificou bastante com a Internet. Todos, hoje, podem ser um canal de produção de matérias.

Vale lembrar que, recentemente, houve uma verdadeira guerra entre as empresas de comunicação brasileiras e o gigante da Internet Google. O motivo foi o serviço de notícias do Google. Os jornais argumentam que o buscador deveria pagar pelo direito de usar suas manchetes, enquanto o Google diz que seu centro de notícias lhes garante milhões de cliques. A discussão se arrastou até que, no ano passado, as empresas decidiram abandonar o serviço. A própria ANJ recomendou que os diários brasileiros deixassem o Google News, e foi seguida em massa pelos 154 jornais que a integram e respondem por cerca de 90% da circulação nacional.

O presidente da ANJ à época, Carlos Fernando Lindenberg Netto, disse²⁶ que “o Google News se beneficia comercialmente desse conteúdo qualificado e não abre espaço para discutir um modelo de remuneração pela produção desse material”. Os grandes veículos brasileiros, portanto, dispensaram o serviço de agregação de conteúdo da gigante norte-americana. A motivação é claramente comercial: eles se sentiam pouco remunerados, enquanto o Google argumentava que estava ampliando o acesso de seus sites.

²⁶ Jornais brasileiros abandonam em massa o serviço google notícias. Centro Knight para o Jornalismo nas Américas. Acesso em: 26-11-2013. Informação disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-11786-jornais-brasileiros-abandonam-em-massa-o-servico-google-noticias>

Esse movimento da nossa mídia tradicional pode ser entendido com o que Doctor (2011) destaca: “o objetivo é claro: agarrar-se à publicidade impressa enquanto der, ao mesmo tempo que fazem a transição para uma atividade principalmente digital” (DOCTOR; 2011, p. 78). Todo este conceito está vinculado ao já explorado mantra da “contenção de gastos” até que a receita vinda dos anúncios *online* seja suficiente para manter o funcionamento da empresa. Mas o analista previne sobre essa *hibridização* dos impressos:

Essa estratégia improvisada poderá funcionar a curto prazo. Os anunciantes poderão se mostrar inclinados a fazer uma tentativa, e a economia de custos é imediata. O maior perigo para as empresas jornalísticas que adotam essa estratégia é o seguinte: enquanto elas incentivam os leitores a ler o jornal na rede vários dias por semana, quantos deles abandonarão o hábito *mais cedo do que mais tarde*? Se fizerem isso, a circulação despencará ainda mais e os anunciantes do jornal impresso – que ainda pagam a maioria das contas – seguirão os leitores *online*, onde pagam menos pelos anúncios. Podemos ver aqui um círculo vicioso em formação (DOCTOR; 2011, p. 80).

A revolução do leitor, portanto, deixou as empresas jornalísticas numa sinuca de bico. Os consumidores não necessitavam mais dos grandes veículos como *gatekeepers* das notícias que receberiam. Sem dúvida, era essa capacidade de influenciar grandes quantidades de pessoas que atraíam para os jornais os anunciantes. O perfil dos leitores se transformou drasticamente com a Internet e, para os jornais tradicionais, isso significou uma diminuição da leitura.

Esse fenômeno é, sem dúvida, muito importante para entendermos como a mídia está se estruturando atualmente, mas, como nos diz Doctor, “não é nada em comparação com a outra revolução. O que está realmente derrubando a indústria é a Revolução da Propaganda” (DOCTOR; 2011, p. 122).

Podemos entender que os anúncios sempre foram a principal forma de faturamento das empresas jornalísticas. Segundo Doctor, eles representam mais de 80% dos recursos das companhias nos Estados Unidos. Como destacado anteriormente, os grandes agregadores de conteúdo entraram no mercado e roubaram a cena. Boa parte do dinheiro que ia para os jornais está sendo investido no Google e no Yahoo, para citar apenas dois deles.

Tal fato também está relacionado com uma antiga disputa dentro do mercado comercial do jornalismo. Os anunciantes sempre reclamaram que os jornais cobravam preços “exorbitantes”, enquanto os jornais clamavam pela lei da oferta e da procura para justificar os valores. Mas vale entender que “as empresas não querem anunciar. Elas

querem vender. A propaganda é apenas um recurso para atingir um fim, e quanto mais esses recursos puderem ser aprimorados, mais os comerciantes saem ganhando” (DOCTOR; 2011, p. 124).

A grande mudança talvez esteja na própria formulação da propaganda. Ela se modificou de forma definitiva. Se partirmos do princípio que o objetivo do anunciante é garantir uma venda através da mensagem, os modelos apresentados pelo Google minam em muito a capacidade dos jornais de fazer negócios como antigamente. É simples: qual o alcance de um anúncio de maior prestígio em veículos como a *Folha de S.Paulo* e *O Globo*? O preço é elevado para os anunciantes, com o agravante de que eles não pode saber como essa propaganda está sendo aproveitada. Não é possível mapeá-la, rastrear seus efeitos e, conseqüentemente, avaliar se ela é eficaz ou não.

Enquanto os jornais vendiam espaço e as emissoras vendiam tempo, os anunciantes agora não desejam nenhum dos dois. Eles querem *audiência*. Em resumo, eles querem os grupos de pessoas que têm mais probabilidade de comprar os seus produtos. A Gerber quer mães com filhos pequenos, a Pfizer quer homens de meia-idade. Nas poucas semanas que antecedem a grande final do campeonato de futebol americano, a Best Buy quer torcedores de futebol (DOCTOR, 2011, p. 127).

Essa nova lógica de anúncio se encaixa como uma luva nos modelos criados para a Internet. Temos como exemplo o Cost Per Click (CPC), do Google. Nesse sistema, o anunciante só paga quando alguém efetivamente clica no anúncio. Esse modelo inverte completamente tudo o que os antigos empresários de mídia estavam acostumados a fazer. Para quem faz a propaganda, o CPC possibilita mapear o perfil do usuário que clicou e saber se sua campanha de marketing é eficiente. Além disso, não existem na rede limites físicos para a venda de anúncios e o tempo também é infinito porque a informação fica armazenada nas chamadas nuvens da Internet.

Os algoritmos desenhados pelo Google e outras empresas pioneiras do setor fizeram com que a empresa norte-americana se consolidasse como um gigante mundial. Seu faturamento atual é inacreditável e muitos o consideram uma “máquina de fazer dinheiro”. O autor norte-americano revela que, no primeiro trimestre de 2009, “o Google – a principal empresa de pesquisa na Internet – teve um lucro de 1,4 bilhão de dólares. No mesmo período, a Ganett – a principal empresa de notícias – informou uma receita total de 1,4 bilhão de dólares e um lucro de apenas 58 milhões de dólares” (DOCTOR; 2011, p. 20). Obviamente, grande parte do capital que é investido no buscador estaria, antes da Internet, indo diretamente para os jornais tradicionais. Isso

mudou e tem sido muito difícil para os empresários do setor de se adequarem às novas configurações financeiras. Doctor insiste:

(...) simplesmente ainda não há dinheiro suficiente no ecossistema da propaganda *online* para sustentar a mídia impressa e de broadcast como conhecemos. Essa é a situação. Há uma linha direta entre o declínio de todos aqueles anúncios das lojas de departamentos, dos encartes do jornal de domingo e dos classificados diários e a redução que estamos vendo no jornalismo (DOCTOR; 2011, p. 131).

Ao fazermos uma busca no Google, precisamos entender que estamos entregando a ele uma série de informações pessoais que serão utilizadas para nos vender produtos. O marketing moderno seguirá nesse sentido de cruzar os dados até encontrar nossos alvos de consumo. São aqueles retângulos que ficam do lado direito da tela enquanto estamos navegando pela rede e que, curiosamente, sempre têm relação com algo que buscamos recentemente. Para os anunciantes, trata-se de uma otimização sem precedentes do serviço.

Para as grandes empresas jornalísticas, não há fórmula de bolo. Os impressos tendem a perder futuros recursos. Não é mais tão lucrativo persistir na venda de anúncio para grandes veículos impressos. A televisão e o rádio ainda se mantêm estáveis porque grande parte da população os utiliza como principal meio de comunicação. No Brasil, especificamente, ainda há uma grande quantidade de pessoas analfabetas ou analfabetas funcionais, isto é, que podem ler mas não conseguem interpretar as informações do texto. Por isso, a decadência desses setores parece menor do que a dos jornais impressos.

Uma tendência de tudo isso, e que os jornais precisarão ficar atentos, é o efeito da *cauda longa*. O conceito, popularizado por Chris Anderson²⁷, preconiza que o consumo deixou de ser de massa para ser de nicho. Nas próprias palavras do autor, com a diminuição de custos de produção e distribuição que a Internet permitiu – casos como a Amazon, a Netflix e a Apple nos dão essa noção – que, “especialmente nas transações *online*, agora é menos necessário massificar produtos em um único formato e tamanho para consumidores. Em uma era sem problema de espaço nas prateleiras e sem gargalos de distribuição, produtos e serviços segmentados podem ser economicamente tão atrativos quanto produtos de massa”²⁸.

²⁷ Físico por formação, é editor-chefe da revista Wired e foi o editor de negócios nos Estados Unidos da The Economist.

²⁸ Íntegra da entrevista com Chris Anderson. Época Online. Afirmção dada à revista Época. Acesso em: 28-11-2013. Conteúdo disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,EDR75221-5856,00.html>

Doctor faz coro a essa percepção e explora todas as opções que as empresas da comunicação podem utilizar a seu favor para retomar a prosperidade econômica. O uso de blogs, a abordagem da produção mista entre jornalistas profissionais e amadores, a busca por nichos de interesse e, conseqüentemente, de consumo são apenas alguns dos principais métodos.

Os editores de jornais, as emissoras, os leitores de longa data e os telespectadores confiáveis são criaturas de hábito. Eles esperavam, como no clássico filme cult *Feitiço de Tempo*, acordar todas as manhãs e encontrar as mesmas escolhas de mídia enfileiradas diante deles: o gordo jornal diário entregue na porta de casa, o confortante telejornal transmitido sempre à mesma hora todas as noites. (...) O século XXI, contudo, revelou-se menos previsível. (...) A mídia nos Estados Unidos tem sido a alma da democracia, mas sempre foi um negócio com uma grande margem de lucro. Agora, esse negócio acabou. (DOCTOR; 2011, p. 135).

4 – A SAÚDE DOS JORNALISTAS

Após situar socialmente a categoria dos jornalistas – sem prendê-los a amarras de classificação imutáveis – e dar um breve traçado da história do capitalismo nas últimas décadas e a consequência disso para a indústria jornalística, agora nos concentraremos em analisar o impacto do trabalho na saúde desses profissionais.

É muito comum em websites e jornais vermos *rankings* “informais”²⁹ listando as piores profissões do mundo, ou as profissões com maior tendência a doenças psicopatológicas. Apesar de parecer um senso comum que os jornalistas passam por situações de risco e que sua função é extenuante e altamente estressante, a literatura acadêmica sobre o impacto na saúde é bastante escassa.

Em 2013, o professor da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e da Universidade de Campinas (Unicamp) José Roberto Heloani, especialista em psicologia e psicodinâmica, revelou os resultados de uma pesquisa com 250 jornalistas sobre o impacto psicológico da profissão nesse grupo. O quadro encontrado não poderia ser pior: fortes tendências de aumento de pré-exaustão e exaustão, aumento do uso de estimulantes lícitos, como café e energéticos, e ilícitos, como a cocaína e anfetaminas, de depressão e de infidelidade conjugal.

Heloani iniciou a pesquisa em 2002, analisando a saúde mental de um grupo de 22 jornalistas do eixo Rio-São Paulo. Os resultados impressionaram o estudioso, que, em 2005, persistiu no tema e ampliou o universo para mais de 70 profissionais da área.

²⁹ Muitas vezes essas listagens são divulgadas baseadas em pesquisas de pouca credibilidade ou cuja metodologia não é explicada claramente.

Em 2012, aumentou a amostra para 250 jornalistas e chegou às conclusões já citadas. A informação deixou em polvorosa os bastidores da imprensa: diversos profissionais compartilharam as entrevistas do professor nas redes sociais, mas curiosamente nenhum grande veículo de comunicação publicou o assunto. Na realidade, o Portal Imprensa, que pertence ao Universo Online (UOL), do Grupo Folha, foi o primeiro a publicar a informação, em março deste ano. No entanto, uma visita ao link do site nos mostra que a página foi retirada do ar.

Isso talvez esteja vinculado às próprias declarações de Heloani a respeito da pouca “margem de manobra” que os jornalistas têm quando se veem em situações de assédio moral, acúmulo de funções ou estresse extremado. Apesar disso, não houve aumento no número de processos judiciais contra as empresas. Em determinado trecho da entrevista, Heloani justifica que, no Brasil, o jornalista “precisa ter muita coragem para fazer uma denúncia formal de assédio se quiser permanecer no mercado. A pessoa pode até pensar em mudar de área, ir para assessoria ou área acadêmica, mas nenhuma alternativa é fácil”³⁰. Curiosamente, Isabel Travancas já havia atentado que “as doenças mais frequentes entre os jornalistas são úlcera, cardiopatias e outras ligadas ao elevado consumo de álcool” (TRAVANCAS; 2011, p.39), condições muitas vezes decorrentes do excesso de estresse no organismo.

É preciso ressaltar neste momento que as pesquisas utilizadas neste estudo são as de 2003 e 2005. Isso porque o próprio pesquisador, ao ser procurado para acesso à íntegra do estudo de 2012, afirmou que o trabalho não pôde ser concluído. E complementou: “Houve forte reação por parte de algumas empresas da área de comunicação”³¹.

O fato de a oferta de empregos no setor ser bastante reduzida, tema já explorado aqui, faz com que muitos aceitem condições de trabalho que consideram inapropriadas e adaptem-se a elas. Como também deixou claro na entrevista o especialista no assunto: “A legislação é clara: são cinco horas, mais duas. Mas eu nunca vi um caso de um sujeito trabalhando sete horas. Eu vi 10, 12, 14 horas. Essas organizações acabam atuando à revelia da legislação. Ou você começa discutir isso para valer, ou não muda

³⁰ Pesquisador aponta aumento de depressão, assédio e cocaína entre jornalistas. Site da Rádio Criciúma. Veiculado em 15/03/2013. Acessado em 17/10/2013. <http://www.radiocriciuma.com.br/portal/vernoticia.php?id=20749>

³¹ Declaração concedida ao autor em entrevista por e-mail.

nada. Até porque a nova geração de jornalistas têm, realmente, aceitado qualquer jogo”³².

4.1 - Estresse

Antes de analisarmos com profundidade os efeitos do trabalho para os jornalistas, é preciso definir o conceito do estresse. Muito comum na linguagem diária e numa sociedade na qual a velocidade é fator imprescindível para o sucesso, o estresse tem sido objeto de muitos estudos e apontados por muitos médicos como um dos principais fatores de diversas doenças modernas.

O conceito clássico foi formulado por Hans Selye (1965) e trata-se de um “estado manifestado por uma síndrome específica, constituída por todas as alterações não específicas produzidas num sistema biológico” (SELYE; 1965, p. 61 *apud* HELOANI; 2005, p. 154). Nos diz também o professor da FGV e Unicamp:

Já para Lipp e Malagris (1995, p. 279) “estresse é definido como uma reação do organismo, com componentes físicos e/ou psicológicos, causada pelas alterações psicofisiológicas que ocorrem quando a pessoa se confronta com uma situação que, de um modo ou de outro, a irrite, amedronte, excite ou confunda, ou mesmo que a faça imensamente feliz” (LIPP, INICIAL; MALAGRIS, INICIAL; 1995, p. 279 *apud* HELOANI; 2005, p. 154).

Portanto, podemos depreender que o estresse é, sobretudo, um fenômeno que retira o equilíbrio interno, tanto emocional quanto racional, de um indivíduo. Também podemos entender que se trata de algo subjetivo, uma vez que depende da forma como cada pessoa enxerga o mundo. Em linhas gerais, é o “esforço despendido por determinado organismo diante de determinada demanda externa, seja essa solicitação excessiva ou moderada, boa ou ruim” (HELOANI; 2005, p.154).

Heloani defende que o aumento do estresse dentro do ambiente de trabalho está relacionado intimamente às novas estruturas produtivas do modelo capitalista de acumulação flexível e às inovações tecnológicas que permitem que o local de trabalho seja repensado, com a criação do conceito de *homeoffice*:

Neste novo contexto econômico em que os salários sofrem cada vez mais reduções e a educação emerge como a principal ferramenta de atualização, o trabalho torna-se cada vez mais precário e seletivo [...] Assim sendo, o *novo* não é exatamente novo, mas uma espécie de nova edição, que reedita elementos antigos travestidos em novas linguagens, tanto econômicas quanto produtivas e estéticas. [...] Contrariamente ao que foi preconizado no início dos anos de 1950-60

³² Pesquisador aponta aumento de depressão, assédio e cocaína entre jornalistas. Site da Rádio Criciúma. Veiculado em 15/03/2013. Acessado em 17/10/2013. <http://www.radiocriciuma.com.br/portal/vernoticia.php?id=20749>

– de que a busca por qualidade de vida no trabalho (QVT) levaria a maior produtividade –, o movimento de QVT e a lógica da produtividade foram, paulatinamente, se dicotomizando em vetores díspares: enquanto o termo QVT aponta para a deterioração, a produtividade nas organizações nunca esteve tão alta (Heloani & Dacosta, 2002). (HELOANI; 2005, p. 149 e 150)

Alguns dados apresentados pelo professor ilustram esse ponto de vista. Um estudo nacional realizado pelo Isma/Brasil (International Stress Management Association, Brasil) com 556 *white-collars*³³ de dezessete empresas privadas e dez públicas, de vários estados brasileiros, mostrou que “cerca de 63% dos executivos atribuíram as causas de estresse ao enxugamento nas empresas e aos programas de demissão voluntária” (HELOANI; 2005, p.151). Já em um levantamento do IPSPP (Instituto Paulista de Stress, Psicossomática e Psiconeuroimunologia), com cerca de 1.500 executivos com nível universitário, “36% dos entrevistados afirmaram trabalhar acima de 11 horas por dia, sem qualquer compensação por horas extras” (HELOANI; 2005, p.151).

Segundo a pesquisa, os executivos disseram que as novas tecnologias eram as principais causadoras do desgaste. Embora pareçam trazer bem-estar e conforto, essas ferramentas aumentaram as cargas horárias dos trabalhadores e invadiram suas vidas privadas. Além disso, foram relatados desconfortos físicos, como “olhos irritados, dores no pescoço e nas costas, e talvez o mais sério, lesões por esforços repetitivos (LER/Dort) (Heloani & Dacosta, 2002 *apud* HELOANI; 2005)”.

O estresse, de acordo com Heloani, pode ser dividido em três fases, de Alerta, Resistência e Exaustão. A primeira começa

quando a pessoa se confronta inicialmente com um estressor. Uma reação de alerta se instala e o organismo se prepara para “fuga ou luta” com a consequente quebra da homeostase. Esta fase pode ser produtiva, desde que a pessoa saiba administrá-la. É bom lembrar que esse estado não será mantido por um longo período. Caso isso ocorra, a reação do organismo evolui para a fase seguinte, a de Resistência. (HELOANI; 2003, p. 19).

A Resistência configura-se quando

o estressor é de longa duração. O organismo tenta restabelecer o equilíbrio interno mediante ação reparadora. Toda a energia adaptativa é utilizada na tentativa de equilíbrio e, quando houver sucesso nesse intento, os sintomas iniciais desaparecem, o que gera a sensação de melhora. Quando a pessoa continua nesse estágio por muito tempo, o organismo torna-se mais vulnerável às doenças em geral e o stress avança para a última fase, isto é, a fase da Exaustão. (HELOANI; 2003, p. 19).

³³ Colarinhos-branco, em tradução livre. Refere-se a altos executivos de empresas.

A última fase

[...] é o estágio mais perigoso. Ocorre quando outros estressores surgem concomitantemente ou quando existir uma evolução do processo de stress. As doenças surgem com maior frequência nesta fase, tanto no âmbito físico quanto no psicológico. O enfraquecimento fisiológico é de tal ordem que patologias latentes se manifestam, comprometendo a saúde da pessoa, às vezes de forma irremediável. (HELOANI; 2003, p. 19).

Um dos grandes problemas do estresse apontados por Heloani é que por conta da grande debilidade do organismo e de seu baixo poder de reação, muitas vezes os sintomas voltam a assemelhar-se aos da fase de Alerta, o que pode camuflar a seriedade da situação.

4.2 – As consequências à saúde

A nova dinâmica de trabalho dos jornalistas, que os obriga a ser polivalentes e acumular diversas funções e trabalhos, também foi explorada por Ken Doctor (2011). Segundo ele, embora os grandes jornais venham anunciando demissões sistemáticas em seus quadros de funcionários

as escolas de jornalismo ainda estão abarrotadas de alunos. As inscrições – talvez um pouco alimentadas pela recessão – aumentaram em mais de 10% de Columbia e Stanford à University of Colorado (aumento de 11%) e à University of Maryland (aumento de 25%). Em 2007, as escolas de jornalismo e de comunicação nos Estados Unidos receberam quase duzentos mil alunos de graduação, quando em 1995 esse número era de 130 mil [...] Salários de classe média estão dando lugar a uma economia freelance, o que encerra os mais diferentes tipos de desafios para aqueles que estão ingressando no setor. (DOCTOR; 2011, p. 246).

Para ele, a consequência disso é a “Economia do Bico”, fenômeno que torna bastante desconfortável as perspectivas daquelas pessoas que tinham acesso a salários de classe média e certa estabilidade no emprego, como foi visto nos grandes jornais durante as décadas de 50 a 90. Para os iniciantes, a incerteza é a grande tônica, juntamente a um mercado de trabalho muito disputado. As empresas, como já demonstrado neste estudo, optam por contratar jovens e, especialmente mulheres, pois, como nos mostrou o perfil dos jornalistas profissionais brasileiros da FENAJ, esses grupos recebem, em média, menos. Heloani também chegou a esta conclusão: “constatamos na narrativa a seguir o vínculo existente entre pouca idade e pequenos salários nos dias atuais. A lei da oferta e da procura continua vigente” (HELOANI; 2005, p. 157).

Para este grupo - que, note-se, constitui 59%³⁴ da massa dos jornalistas no país - de jovens, o pesquisador destacou que

principalmente no início da carreira, as condições de trabalho são bastante desfavoráveis e penosas, sendo que quase todos os profissionais da área jornalística apresentam elevado *turn over* (às vezes 7 a 8 empregos) na busca de novas oportunidades e de melhores condições de trabalho. (HELOANI; 2005, p. 159).

Outro fator que pesa na formação do estresse individual, e que já foi apresentado por Travancas (1992), é o forte peso das relações sociais entre os colegas de profissão. No caso, Heloani ressaltou uma característica negativa dessas relações:

Faz-se mister comentar que no transcorrer das entrevistas houve o surgimento espontâneo, geralmente acompanhado de forte carga emocional, de falas relacionadas a competição, desunião, inveja e falsidade entre colegas de profissão. A menção à falta de ética no manejo dos fatos e informações não foi rara (HELOANI; 2005, p. 162).

Tal comportamento antiético pode ser vinculado, em parte, à grande competitividade do setor e da própria característica, já abordada neste estudo, dos jornalistas de precisarem se destacar não apenas para manter o emprego como para prosperar. Alguns depoimentos extraídos da pesquisa de Heloani nos dão mais clareza sobre o assunto:

“Há ciúmes de um lado e intrigas de outro. Eu sei que jornal é uma fábrica de intrigas...”.

“Tudo lá é muito tenso. Tudo é no grito e aí eu fiquei doente... esta afonia”.

“Revisões foram extintas nas redações, porque foram informatizadas [...] achei um absurdo [...]. Imagina, extinguir o departamento e não dar uma satisfação para a gente e a gente nem sabia até quando ia trabalhar”.

“Todo ambiente tem competição, tem arrogância e tem inveja. Aí a gente já não se dói tanto ... A gente aprende a lidar com isso”.

“Não existe ética... Ética hoje é dinheiro”.

“Ética? Não tem nenhuma. Pra você fazer um programa assim, você não tem que ter. Se você for um pouquinho ético, você é derrubado do jornal...”.

“Na televisão há uma competição muito grande... Quantos querem aparecer? Então, há uma disputa muito grande e, às vezes, acaba não sendo feita de maneira correta, de maneira leal. Há muita deslealdade, muita [...]. Falam mal um do outro, fazem futrica, querem te derrubar, querem derrubar o outro, entendeu? Isso é uma constante dentro do

³⁴ Ver página 8 deste trabalho

meio. Então, você não sabe em quem pode confiar. Você está conversando com alguém que, às vezes, tá querendo a sua cabeça. Depois, mais à frente, você percebe que a pessoa trabalhou contra você o tempo todo”.

“Existe um desfile de egos muito grande, principalmente na redação”.

“Todo mundo narcisista, todo mundo quer aparecer”.

“Algumas pessoas são muito, muito desagradáveis. No jornal, era o famoso leão-serra, que era chamado de rei dos animais, porque ele começava a esbravejar no meio da redação, humilhando um repórter [...]” (HELOANI; 2005, p. 162).

Da mesma maneira, o pesquisador pôde comprovar o quanto a sociabilidade é importante para os jornalistas a partir da utilização do Inventário de Qualidade de Vida – IQV (LIPP e ROCHA, 1996). O modelo divide em quadro aspectos, chamados de “quadrantes de vida”, que constituem as áreas social, afetiva, profissional e o que se refere à saúde:

O inventário avalia a qualidade de vida, indicando se o sujeito tem sucesso ou não em cada quadrante. O inventário contou com 45 perguntas fechadas que deveriam ser respondidas com sim ou não, conforme o pesquisado encontrava-se no momento e de acordo com o descrito na pergunta. Faz-se mister uma ressalva: consideramos no total de cada quadrante o seguinte critério: quando da ocorrência de um resultado 9,8,5 e 11, consideramos esses indicadores iguais ou maiores em relação ao total de pontos. (HELOANI; 2003, p. 32)

O pesquisador chama a atenção que o sucesso dos jornalistas esteja sempre vinculado à esfera social, ficando muito acima dos restantes no número de sujeitos com sucesso no IQV, como se pode observar na tabela abaixo:

Quadrante	Nº de sujeitos com sucesso	Nº de sujeitos com fracasso
Social	15	7
Afetivo	7	15
Profissional	7	15
Saúde	2	20

Tabela 1 - Caracterização dos Sujeitos quanto ao Sucesso e Fracasso nos Quadrantes de Qualidade de Vida

A informação nos dá a impressão de que a sociabilidade é imprescindível para o sucesso profissional de um jornalista. “Certa extroversão mínima loquacidade e habilidade no contato social os habilitam à coleta de informações, que, como bem narra um depoente, é a “matéria prima” imprescindível para o trabalho desses profissionais da área de comunicação social” (HELOANI; 2003, p. 67). Os outros quadrantes obtiveram

resultados muito negativos, com predomínio do fracasso nesses quesitos entre os entrevistados.

Além disso, temos a baixa remuneração novamente como um fator causador de muito estresse para a categoria. “Chamou-nos bastante a atenção o fato de que a compressão dos salários constitui realidade tão recorrente que chega a “naturalizar-se” nos discursos de algumas chefias e narradores”, discorre Heloani (2005, p. 162). Novamente, utilizaremos os relatos extraídos para demonstrar com maior clareza a dinâmica em relação aos salários:

“Sei de colegas que ouviram coisas horríveis. Uma garota na minha sala foi falar sobre o aumento de salário e o chefe respondeu assim: ‘ah, vocês vão continuar tomando no cu até o fim do ano’”.

“Um salário, assim, superbaixo. Fiquei um tempão trabalhando com ele, com salário assim...”.

“O jornalista acaba cumprindo funções que não deveria cumprir, não recebe hora extra e não tem muito poder de defender-se [...]”.

“O que eu menos gosto é da insegurança financeira [...]. Da desregulamentação total do mercado [...]. Não ter seguridade social de espécie alguma [...]. Me tira o sono...”.

“Com vinte e dois anos eu estava editando Economia... Eu já estava ganhando bem e já tinha um cargo razoável [...]. Hoje, salários cada vez mais baixos”.

“Na nossa profissão, direitos trabalhistas não existem mais. Alguém inventou há algum tempo atrás a bendita prestação de serviços. Todo mundo emite nota, sabe? Empregado com carteira assinada, em rádio e televisão, é uma mosca branca. A não ser o pessoal operacional...”.

“Eu fiquei insatisfeito porque [...]. Não senti um reconhecimento em termos de salário [...]”. (HELOANI; 2005, p. 163).

A eterna tensão entre a vida pessoal e o trabalho também aparece nos depoimentos como um dos principais causadores de estresse. Existe a percepção de que se trata de uma guerra entre esses dois “mundos”, aparentemente inconciliáveis. Os resultados encontrados a partir dos relatos são bastante semelhantes aos extraídos do livro “O mundo dos jornalistas” (1992), e

“Eu sou jornalista o tempo inteiro. Vida pessoal e vida do trabalho, elas se interpõem [...]”

“Oficialmente são sete horas. Mas, normalmente, a gente faz dez, nove, doze [...] é uma jornada puxada [...]. Você faz plantão nos finais de semana, carnaval você trabalha, eleições você trabalha, feriado você trabalha [...]. A folga é no Natal ou no Ano Novo [...]. A jornada é bastante rigorosa, cruel. Não temos horários fixos de

trabalho, para comer [...]. Às vezes entro a uma, às vezes saio à meia-noite [...]. Eu já entrei aqui às oito e saí às quatro da manhã”.

“Acho que o pior que tem na profissão é o plantão”.

“Após um dia de trabalho, eu me sinto um caco [...]. Ah, me dá vontade de tomar um litro de maracujina [risos]”.

“Deixo de estar na minha casa, com minha mulher. Eu deixo de estar visitando a minha mãe, pelo jornalismo [...]. Cem por cento do tempo você fica ligado [...]. Então, funciona assim, como fonte de informação”.

“Eu acho que influencia a gente assim. A gente acabou de casar e a gente se viu pouco [ri] [...]. Pouquíssimo, pouquíssimo, pouquíssimo assim”.

“Eu não vivo para trabalhar, eu trabalho para viver... Eu trabalho na minha casa, eu trabalho junto com a minha esposa. Então, não tem como separar a minha vida pessoal da minha vida profissional [...]. É difícil dissociar uma coisa da outra... A vida pessoal e a profissional estão completamente interligadas”.

“Eu acho que a minha vida pessoal e o meu trabalho não são coisas díspares [...]. A minha motivação de viver tá relacionada ao orgulho que eu tenho do que eu faço”.

“Sexta-feira, que é o dia da alegria de todo mundo, que é normal, menos para jornalista, que nunca é normal, é o pior dia porque existe uma coisa chamada pescoção. Você fecha o jornal do sábado e fecha o do domingo também, então sai de madrugada [...]”. (HELOANI; 2005, p.161).

Nesse momento, fica em evidência que a maioria dos jornalistas, “apesar da falta de infraestrutura e de outras demandas, faz da profissão um verdadeiro fetiche. Os jornalistas gostam, e muito, do que fazem, alguns nutrindo verdadeira paixão por sua atividade”. Esse vínculo muito forte com o trabalho, como já explorado no primeiro capítulo deste estudo, é também uma fonte de frustração, uma vez que esses profissionais parecem entregar todo o seu tempo e disposição à função e sentem que não são valorizados com isso, seja pelo salário baixo, que impossibilita uma série de possibilidade, ou pela alta carga horária, ou pelo acúmulo de funções.

A diversidade de funções também foi alvo de críticas dos entrevistados de Heloani, bem como a alta carga horária a que estão submetidos. A última, por sua vez, ainda tem o agravante de impedir que busquem renda alternativa por estarem sempre “atolados” de coisas a fazer.

O pesquisador explica que, ao questionar os entrevistados, o objetivo não era apenas identificar objetivamente os sintomas que o sujeito apresentava e a fase na qual

se encontrava, mas também “aferir como esses depoentes interagiam com tal desconforto, considerando que todo ser humano pode, em certo momento de sua existência, ter pelo menos um sintoma de estresse, sem de fato possuí-lo” (HELOANI; 2005, p.164).

As considerações finais do texto vêm como uma ducha de água gelada. A impressão do pesquisador é que as novas práticas organizacionais de trabalho causaram, para esta categoria, uma cisão da ideia de qualidade de vida e a excelência no trabalho:

Assim, a felicidade é sempre postergada e, em decorrência disso, também o tempo para a família, para os filhos, para o lazer e para o amor. Alguns chegam a alegar que fora do ambiente de trabalho só fazem o imprescindível, faltando tempo para namorar. (HELOANI; 2005, p.166).

É como se para os participantes desse estudo o trabalho não fosse mais que depositário de um processo de vivência e identificação coletiva. Além disso, “com a competição cada vez mais acirrada, devido aos inúmeros processos de reestruturação produtiva e enxugamentos exigidos pela organização, a questão ética fica ainda mais comprometida” (2005, pg. 167).

Apesar dessa glamourização do jornalismo, que faz parte do inconsciente coletivo da categoria, a dura realidade nas redações parece fazer com que muitos recuem na escolha de embarcar nessa vida. Os níveis de estresse e frustração com o trabalho, naturalmente, se locomovem dentro dos processos psicológicos dessas pessoas e acabam afetando todas as esferas de suas vidas. O que é problema de trabalho se confunde com problema pessoal, de saúde etc. A grande competitividade faz com que se comprometam valores éticos muito importantes para o exercício do trabalho, uma vez que é preciso sempre se destacar e cada vez mais em uma escala de tempo menor, e gera um tipo de pensamento “se eu não fizer isso, outro fará” danosa à informação. A polivalência de funções também é um processo que torna ainda mais difícil que os jornalistas sintam que o seu tempo é bem aproveitado.

Heloani, ao final do estudo, defende que as soluções precisam ser encaradas coletivamente, pois embora haja de fato um sentimento de camaradagem e solidariedade entre os jornalistas, ele não é passado para o plano das ações no que diz respeito a melhores qualidades de trabalho:

Ao contrário do que supõem alguns entrevistados, as novas práticas políticoeconômicas e culturais não podem ser revertidas a partir de soluções individuais, inócuas no atual contexto mundial, tampouco por meio das organizações jornalísticas, pois o processo foi criado em seu próprio benefício. Se há um caminho para uma reversão dessa lógica, este deve iniciar-se no fortalecimento do coletivo, dos órgãos

de representação, tal como associações de classe e sindicatos. Assim sendo, faz-se necessário que as instituições que *formam os formadores de opinião*, tais como universidades, comecem desde cedo a cultivar o senso ético, o amor à verdade e a reflexão. (HELOANI; 2005, p.167).

5 – RELATOS E DEPOIMENTOS

Neste último momento do estudo, buscamos os próprios jornalistas de redação do Rio de Janeiro para contarem suas experiências. Os relatos são baseados em um questionário, enviado para 20 jornalistas, dos quais apenas nove responderam³⁵, e abordam diversas questões, desde a identificação com o jornalismo à interferência do trabalho nas relações pessoais, passando por questões como remuneração, carga horária e saúde.

O questionário foi dividido em sete partes, e em algumas delas havia mais de uma pergunta. Escolheu-se essa metodologia de forma a abranger a maior quantidade de assuntos e poder explorar melhor os depoimentos. Não se trata de uma análise quantitativa desses jornalistas, e por isso não serão usados gráficos ou porcentagens. A ideia é deixar que os próprios depoimentos, muitos vezes permeados de emoções, permitam pensar sobre o tema proposto neste estudo.

Dos entrevistados, podemos explicitar que: oito são ou foram efetivados em redações tradicionais da cidade do Rio de Janeiro, sendo um estagiário. Todos afirmaram já exercer funções de repórter, um se classificou como fotojornalista e outro atua como *freelancer*. Os locais de trabalho, que não serão associados a seus interlocutores como forma de proteger sua identidade, são: *Rádio CBN*, *Esporte Interativo*, *Jornal Destak*, *Portal UOL*, *Jornal do Brasil* e *O Fluminense*. Eles serão nomeados como “Repórter” e ganharão uma numeração subsequente e aleatória como forma de diferenciar suas falas.

A grande maioria dos entrevistados é jovem e iniciou a carreira há menos de cinco anos. Muitos, ao serem interpelados para participar do questionário, se mostraram temerosos com as possíveis repercussões do estudo, enquanto outros embarcaram na ideia, considerando-a muito importante para os jornalistas.

Logo na primeira pergunta, “Você se sente jornalista? Se sim, o que faz com que você se sinta assim?”, todos responderam positivamente. Alguns destacaram as funções

³⁵ Os questionários respondidos pelos jornalistas estão anexados ao fim do trabalho.

que exercem em seu local de trabalho, outros expuseram opiniões mais teóricas sobre a questão. Apenas um entrevistado não respondeu a esta pergunta. Já podemos perceber alguma inquietação no que diz respeito à estrutura de trabalho e ao funcionamento das empresas.

Os relatos nos mostram melhor suas considerações:

“Sim, mas o trabalho na redação de um jornal gratuito como o Destak, que tem uma estrutura mínima de funcionamento, acaba sendo um pouco burocrático, levado, em bom português, no “rame-rame”. Não temos um carro de reportagem e tampouco muitos jornalistas na redação – 3 estagiários, onde eu me incluo, e três contratados – a maioria das matérias são feitas de forma remota, seguindo portais de notícias on-line e principalmente pelo telefone” (Repórter 1).

“Me sinto jornalista por levar a informação às pessoas. Por mais que eu trabalhe com um “jornalismo de entretenimento”, em cada transmissão que coordeno acredito que esteja tocando de alguma maneira o telespectador” (Repórter 2).

“Sim. Antes de trabalhar em redações eu não tinha o hábito de acordar e já ler jornal, nem de prestar atenção em coisas que aconteciam a minha volta. Hoje em dia eu já acordo abrindo o jornal para ficar por dentro de tudo o que está acontecendo, sempre que posso vejo os jornais na TV e fico chateada quando não sei de alguma notícia, mesmo que seja de outro estado. Além disso, quando vejo algo acontecendo (um acidente, um incêndio, tiroteio, ou qualquer coisa relevante), já ligo para a redação, aviso aos repórteres, tenho vontade de ficar por dentro do assunto”. (Repórter 3)

“Sim, me sinto jornalista. Em grande parte, acredito que esse sentimento vem da identificação com os valores ideológicos atribuídos à profissão, tais quais a busca por informações de interesse público e por garantir à sociedade a preservação dos direitos à livre informação e à liberdade de imprensa. Apesar das frustrações cotidianas, tento manter-me fiel a esses preceitos” (Repórter 5).

“Sim. A vontade de passar a informação e descobrir o que acontece nos meandros do poder e nos bastidores da vida pública”. (Repórter 6)

“Sim, pois ao você está publicando uma matéria de um acontecimento ou um fato em uma mídia impressa ou digital você está cumprindo com o papel de um jornalista” (Repórter 7) .

“Sim. Trabalho com apuração, produção e distribuição de informação”(Repórter 8).

“Sim, eu me sinto jornalista. Quando estou diante de uma informação privilegiada e consigo compartilhar com um grande número de leitores uma determinada informação, que tenha utilidade pública, acredito que estou cumprindo meu papel como jornalista” (Repórter 9).

Como podemos perceber, neste quesito, todos concordaram e se identificaram como jornalistas. A maioria das respostas girou em torno da função de informar a população sobre os fatos que acontecem na sociedade e de estar próximo a informações privilegiadas.

Na segunda questão colocada, “Você classificaria sua relação com o jornalismo como emocional, uma “paixão”, ou apenas um trabalho que você exerce?”, oito concordaram em se tratar de uma relação emocional, com algumas ressalvas, como ser também ideológica. Apenas um jornalista disse se tratar de uma “satisfação pessoal”, e que se enxergaria exercendo outro ofício, mas ressaltou que não existe um minuto de seu dia em que “não seja jornalista”. Nesse ponto, temos a confirmação do que Travancas (2011) já havia problematizado, o jornalismo tem um sentido claro de paixão dentro da inconsciente coletivo deste grupo de trabalhadores:

“Um pouco dos dois. Mas acredito que o jornalismo seja uma paixão, porque, além de eu gostar de me expressar por meio de palavras, poder questionar e descobrir coisas sendo um repórter motiva o trabalho. A questão é que a falta de estrutura acaba restringindo as possibilidades de reportagem, o que é às vezes brochante – ter uma boa pauta e não poder ir ao local para apurar porque não há carro, tempo”. (Repórter 1)

“Com certeza uma paixão, algo que sonho em fazer desde os 15 anos de idade e me considero realizando este sonho”. (Repórter 2)

“É uma paixão. Eu trabalho muito, mas estou sempre disposta a passar do meu horário, de ajudar os colegas com a matéria, de fazer bem o meu trabalho. Fico chateada quando ocorre uma supercobertura e não estou presente. Apesar do risco, gosto de cobrir manifestações e operações policiais. Adoro a adrenalina que o trabalho jornalístico pode proporcionar”. (Repórter 3)

“Principalmente uma paixão, que vale, pelo menos por enquanto, os esforços inerentes da profissão. Jornalismo demanda entrega pessoal, profissional e psicológica. Porém, a realização que sinto na apuração/investigação, redação e publicação de histórias me faz ter a certeza de que os percalços ainda são válidos”. (Repórter 4)

“Diria que minha relação com o jornalismo é até mais que emocional. É ideológica, mesmo. Desde a adolescência, quando decidi que este seria o caminho a seguir profissionalmente, vejo o jornalismo como um dos maiores instrumentos de promoção da democracia e da justiça social. Em um país como o Brasil, um profissional que trabalhe assim precisa ter um tanto de militante, diante de todos os problemas cotidianos que enfrentamos dentro e fora das redações” (Repórter 5).

“Minha relação com o jornalismo é muito antiga e muito forte. É uma mistura de paixão e escolha racional” (Repórter 6).

“Totalmente emocional” (Repórter 7).

“É uma satisfação pessoal ser jornalista. Não existe um minuto do meu dia em que eu não seja jornalista. Acho que tem mais a ver com consciência do dever da profissão do que paixão pela profissão. Gosto muito do que faço, mas me vejo fazendo outras coisas também. Abriria mão de ser jornalista para ter uma livraria, por exemplo, se tivesse condições para tal”. (Repórter 8)

“Eu considero o jornalismo como uma paixão e não apenas como um trabalho. Estou o tempo todo pensando no que pode ser ou não pauta, mesmo quando estou num compromisso estritamente pessoal. Também já cansei de abrir mão do meu dia de folga para a cobertura de uma pauta relevante”. (Repórter 9)

A próxima questão foi dividida em quatro:

III - Como é o seu trabalho? O que você faz e qual a função prevista por contrato?

1. *Quantas horas por dia você trabalha?*
2. *Exerce mais de uma função? Quais?*
3. *Já pediram para que fizesse uma cobertura multimídia (em mais de uma plataforma) de determinado assunto?*
4. *Acredita que a sua remuneração é compatível com a função desempenhada?*

O objetivo foi abordar as condições de trabalho, descrição da função, se havia acúmulo de funções, quantas horas por dia cada entrevistado trabalhava e se a remuneração era compatível com o trabalho desempenhado.

A maioria relatou trabalhar entre sete e dez horas, mas frisou que a rotina não é sempre a mesma, o que impede maior precisão nas contas. É como destacaram o repórter 5: “trabalho, na teoria, 7h por dia, mas na realidade essa média fica em 8h. No entanto, a carga horária não é constante. Se há dias em que consigo trabalhar as 7h regulamentadas, em outros trabalho 9h ou 10h seguidas”, e o repórter 3: “Durante a semana deveria trabalhar 7 horas, mas raramente saio no horário. Trabalho um fim de semana a cada três. Em feriados e fins de semana, a carga horária é de 9 ou 10 horas”. Apenas dois dos entrevistados disseram exercer mais de uma função, sendo estas: produção e coordenação de transmissões (repórter 2), e produção, fotografia e manutenção de site (repórter 3).

Seis participantes responderam já ter produzido material para mais de uma plataforma. Dois deles ressaltaram que essa produção já é prevista pelo local de trabalho – uma emissora de televisão –, enquanto os outros destacaram que

“(…) todo repórter que vai para a rua tem que tirar foto para o site. Às vezes precisamos tirar várias fotos porque a chefia quer fazer uma

galeria de imagens na home. Além disso, a rádio tem um quadro chamado “Seu Bairro, Nossa Cidade” no qual o repórter ainda precisa fazer um vídeo sobre problemas nos bairros”. (repórter 3)

“Isso é uma constante. Como o grupo em que trabalho também possui uma TV, é comum que os repórteres sigam para as pautas acompanhados de cinegrafista. Eu nunca tive que fazer passagens ou mesmo texto para TV, mas em diversas oportunidades acabo atuando como produtor, realizando entrevistas e negociando questões burocráticas da cobertura in loco” (Repórter 5).

“Sim, com texto, áudio e vídeo durante manifestações no Rio de Janeiro” (Repórter 6).

“Sim. Numa mesma pauta já fiz a reportagem, fotos e até um vídeo” (Repórter 9)

Todos concordaram que os salários não estavam à altura do que a função exigia. Alguns citaram o Sindicato, embora ele não estabeleça um piso para o município do Rio de Janeiro, enquanto outros mencionaram que, em São Paulo, ganha-se mais para exercer a mesma função:

“Pelo mercado sim, mas deveria ter vale-transporte. O fato é que o ideal seria ter mais empresas jornalísticas no Rio, para absorver a demanda de profissionais. Outra coisa que prejudica o mercado é a política de contratar estagiários para trabalhar igual como contratado” (Repórter 1).

“Não. A Bandnews, assim como toda Bandeirantes, tem um salário muito inferior ao que um repórter deveria ganhar. Na rádio, os estagiários ganham R\$ 350 e fazem quase o mesmo trabalho que o repórter. Eles atendem telefone de ouvinte, entram no ar, vão para a rua, fecham mais de uma matéria por dia, além de fazerem horas extras diariamente. O salário de trainee é de cerca de R\$ 650. Além de todas as funções do estagiário, o trainee ainda faz ancoragem e opera a mesa. O repórter júnior ganha cerca de R\$ 1250. Ao contrário da TV, na Bandnews o repórter ganha, no máximo, cerca de R\$ 3500 (...) Em comparação com a Bandnews, o salário da CBN é melhor. O trainee ganha R\$ 1500 reais e o repórter júnior R\$ 2400. Mas o valor ainda é abaixo do que um repórter de televisão ganha. Jornalistas que estão há 20 anos na rádio não ganham mais do que R\$ 5000. Apenas apresentadores tem um salário considerado bom. O repórter não é valorizado apesar de passar horas trabalhando, se arriscar em operações policiais em comunidades, trabalhar nos fins de semana e acumular funções” (Repórter 3).

“Atualmente, como freelancer, acredito que a minha remuneração é compatível com a minha experiência e meu tempo de profissão. Porém, jornalistas empregados (como fui) recebem muito abaixo do mercado, com remunerações incompatíveis com os preços praticados na economia” (Repórter 4).

“De forma alguma. A remuneração não é adequada nem mesmo ao trabalho que eu deveria fazer, atuando como repórter 7h por dia. Considerando que não recebemos horas extras e eventualmente ainda desempenhamos outras funções, a situação se agrava ainda mais” (Repórter 5)

“Certamente não. O salário do Rio é muito menor que o de São Paulo, por exemplo” (Repórter 6)

“Não, pois está abaixo do que o sindicato determina” (Repórter 7).

“Não. É menos do que deveria ser para os padrões do mercado” (Repórter 8)

“Não. Minha remuneração certamente é incompatível com a minha função”. (Repórter 9)

Na quarta parte do questionário, que aborda a interferência do trabalho na vida pessoal, os entrevistados tiveram respostas mais equilibradas. As perguntas neste momento foram:

1. *“Você já terminou relacionamentos amorosos por causa da rotina do jornalismo?”*,
2. *“Você acredita ser difícil ter relação de amizade ou amorosa com outras pessoas que não são jornalistas?”*,
3. *“Sente que a rotina do trabalho o (a) afasta de amigos?”* e
4. *“Sente que tem tempo para fazer outras coisas além do trabalho?”*.

No primeiro questionamento, apenas um jornalista respondeu que terminou relacionamentos amorosos por conta do trabalho, enquanto três disseram nunca ter sofrido interferência do trabalho em seus relacionamentos. Quatro dos entrevistados, por sua vez, relataram ter passado por problemas com os companheiros por conta profissão, como contou o repórter 3:

“Nunca terminei relacionamentos amorosos por causa da rotina do jornalismo, mas já tive brigas por causa do trabalho e, tenho certeza, que a profissão ajudou para o fim do meu relacionamento (apesar de não ter sido o principal motivo). Namorei um jornalista e acabamos terminando pouco depois de eu sair da rádio. Acredito que a falta de tempo para nos encontrarmos e o cansaço e desgaste diário da profissão ajudaram para que o namoro terminasse. Nossos plantões de fim de semana não eram sempre os mesmos e durante a semana trabalhávamos em horários diferentes. Quando conseguíamos uma brecha, estávamos sempre cansados”

Na próxima pergunta, seis dos jornalistas disseram ser difícil manter relacionamentos pessoais com quem não está no meio jornalístico. Destacamos os seguintes relatos:

“É difícil porque pessoas que não são jornalistas não entendem os plantões, a falta de horário, a falta de rotina. Jornalistas não conseguem planejar viagens, fins de semana, com antecedência. Na CBN, a grade de horário muda toda semana. E quando algumas pessoas estão de férias, eles mudam até a função do jornalista: o repórter faz produção, ou uma pessoa do site vai para a reportagem. Apesar disso, não é impossível já que as outras pessoas tem horários mais flexíveis”. (Repórter 3)

“Com certeza. Nas redações existe a piada que "jornalista só se reproduz em cativeiro". Isso tem um fundo de verdade, na minha opinião. Os profissionais, por ficarem quase exclusivamente dedicados ao trabalho, acabam restringindo o convívio aos colegas. Além disso, jornalistas têm bem mais facilidade de entender a rotina de um colega do que pessoas de outras áreas” (Repórter 5).

“É difícil, mas eu consigo manter uma “rede social” composta por amigos de diferentes “classes”, a maioria, jornalistas, mas não somente” (Repórter 8)

Por sua vez, um entrevistado destacou ser positivo ter amigos com que ele possa se desvincular da profissão: “Não, não acredito que seja difícil, é até melhor, porque não fica lembrando de trabalho o tempo todo” (Repórter 6).

“É difícil pelo fato de nós, jornalistas, termos pouco tempo para lazer, diversão etc. O ritmo de trabalho é muito intenso e é comum ultrapassarmos oito horas de trabalho. Além disso, nossa rotina inclui feriados e finais de semana de plantões”. (Repórter 9)

A quinta parte do questionário tratou da saúde dos jornalistas e como a profissão influenciava neste aspecto. As perguntas foram divididas em duas:

1. *Já teve manifestação de sintomas de doenças relacionadas ao estresse (úlceras, gastrite, espasmos musculares, mau humor etc) por causa da profissão? Se sim, por favor, descreva.*
2. *Já fez uso de estimulantes lícitos (café, vitamina) ou ilícitos para manter a rotina?*

Nesse momento, quase todos indicaram alguma consequência, desde sintomas mais leves como dor de cabeça e mau humor a gastrites, úlceras e depressão. Apenas o repórter 8 indicou que não teve sintomas desta natureza, mas que sentiu dificuldade de dormir por conta de pressão e demandas do trabalho.

“Tive gastrite e úlcera, além de crises alérgicas por causa do stress. O jornalismo degrada a pessoa, porque não te dá tempo para comer direito, fazer exercício físicos, dentre outras coisas, quando o jornalista não organiza o tempo dele fora da redação”. (Repórter 1)

“Principalmente mau humor e dor de cabeça. Quando passo o dia em uma pauta que seja no sol (como manifestações durante a manhã) ou simplesmente trabalho durante muito tempo, sempre tenho dores de cabeça. Fora isso, nunca tive doenças mais graves por causa da profissão” (Repórter 3).

“Sim, já tive úlcera nervosa, insônia e espasmos devido ao excesso, deadline ou complexidade do trabalho” (Repórter 4)

“Durante um certo tempo, em um momento de mais tensão no trabalho, desenvolvi uma queimação constante. Por sorte tratei antes de virar uma gastrite. Ganhei muito peso desde que comecei a trabalhar com jornalismo e atualmente tenho sentido o que provavelmente é o começo de uma tendinite” (Repórter 5).

“Sim, depressão. Pois você lida com muitas notícias ruins como a morte, a fome, a pobreza extrema, e ver está realidade de perto é uma carga muito pesada” (Repórter 7).

“Adquiri gastrite logo que comecei a trabalhar em redações. Na época, eu era estagiária da TV Bandeirantes (2009). Na ocasião, comecei um tratamento intenso para a doença. Apesar disso, a gastrite foi agravada pelo excesso de trabalho e estresse na emissora. Depois disso, em outras redações continuei com o tratamento, mas ainda não consegui me livrar das crises de dor provocadas pela gastrite. Já no ano passado, adquiri também tendinite crônica nos flexores e extensores dos braços direito e esquerdo. Ou seja, meus tendões dos dois braços estavam inflamados. Segundo o ortopedista que me acompanha, o problema foi provocado por muitas horas de digitação durante o meu horário de trabalho no site do Jornal do Brasil. Lá, por vezes, a minha carga horária chegava a 12 horas”. (Repórter 9)

Seis dos participantes relataram o uso de estimulantes, especialmente o café e o tabaco, para auxiliar na rotina. Ninguém relatou uso de drogas ilícitas.

“Café e mate são imprescindíveis e tabaco às vezes” (Repórter 1).

“Uso café, mas como bebo desde os 8 anos, não acredito ser possível associar diretamente com a rotina de trabalho. Durante a época de muito trabalho, no entanto, aumento o consumo. Coloquei o chá em minha rotina para efeito contrário: acalmar e tranquilizar” (Repórter 4).

“Tomo grandes quantidades de café todos os dias” (Repórter 5).

“Sim, no mínimo 4 copos de café por dia!” (Repórter 7)

“Não vivo sem café. Tomo, pelo menos, 4 expressos por dia”. (Repórter 8)

“Sim, já usei Redbull diversas vezes. Sobretudo se eu precisar extrapolar 12 horas de trabalho ou se a pauta for de madrugada, como acontece nas coberturas de desfile das escolas do grupo especial do Carnaval carioca na Marquês de Sapucaí” (Repórter 9).

O próximo tópico do questionário foi a relação com a chefia e se eles já haviam sentido que sofreram assédio moral, foram humilhados ou constrangidos por seus superiores. Cinco relataram ter passado por situações complicadas nesse sentido:

“Sim, constrangimento” (Repórter 2).

“Sim, por mais de uma vez, me senti constrangida e humilhada por atitudes arbitrárias, desrespeitosas ou injustas dos editores e chefes” (Repórter 4).

“Já trabalhei em ambientes muito complicados nesse sentido. Embora tenha uma postura que evite esse tipo de coisa, já sofri com agressões verbais, constrangimentos e outros caracterizantes de assédio moral. Presenciei casos muito piores nos locais em que trabalhei” (Repórter 5).

Por fim, a última questão tratava da relação com os colegas. Esta pergunta foi colocada após a percepção nos textos de Travancas (2011) e Heloani (2003; 2005) sobre a sociabilidade ser uma característica muito importante dentro do jornalismo. O questionamento foi dividido em dois:

1. Considera que o ambiente de trabalho é bom?

2. Como lida com a competição? Acha que é algo inerente ao trabalho ou incomoda?

Todos relataram que o ambiente de trabalho, embora estressante, é em geral muito bom. Atentam também para o fato de ser possível fazer amizades dentro de redações:

“Sim, jornalista é uma classe plural, em geral, composta por gente de cabeça aberta” (Repórter 1).

“Acho um ambiente bom, mas que já foi melhor” (Repórter 2).

“Sim. Apesar de todos os problemas que a Bandnews tem, o ambiente de trabalho é o melhor possível. Por ter que lidar com todos os problemas que a empresa tem de infraestrutura, salário e etc, a equipe é muito unida. Fiz bons amigos lá e fiquei extremamente triste de sair de lá. Os repórteres estavam sempre rindo e brincando entre uma reportagem e outra. Na CBN o clima também é ótimo. No entanto, os jornalistas são mais focados no trabalho. Acredite que isso se dê porque a atividade é mais pesada. A CBN do Rio é uma das cabeças de rede e faz muitas matérias sobre economia e política, ao contrário da Band, que faz matérias com conteúdo mais local. Por isso as pessoas estão sempre mais concentradas na redação. Mas mesmo assim, conseguimos nos divertir trabalhando e sempre marcamos chopp com o pessoal. Já fiz muitos amigos na CBN também”. (Repórter 3)

“O ambiente de trabalho é uma dicotomia: ao mesmo tempo em que é estressante, já que estão todos com os nervos a flor da pele, é também um ambiente de companheirismo, coleguismo e descontração, já que há um entendimento mútuo das dificuldades sofridas pelos colegas” (Repórter 4).

“No geral, nutro um bom relacionamento com colegas de trabalho, fazendo amizade com alguns, inclusive. Mas já tive problemas pontuais”. (Repórter 5)

“Em relação às pessoas é excelente, bem-humorado e zero competitivo. Em relação à estrutura é desconfortável, sala apertada, cadeiras quebradas e computadores precários” (Repórter 8).

“Atualmente, tenho trabalhado de casa. Mas quando convivia mais em redações considero que o ambiente de trabalho era bom com colegas, mas muitas vezes tive problemas com a chefia”. (Repórter 9)

Em relação à competição dentro das redações, muitos a consideram como algo inerente ao trabalho, alguns não a sentiram, enquanto outros a classificaram como estimulante. Os depoimentos nos dão conta de que essa massa trabalhadora, predominantemente jovem, se acostumou e não sentiu muito efeitos de intrigas e relações promíscuas dentro do ambiente laboral:

“A competição é inerente a todo trabalho, a não ser que você construa pranchas de surfe em Minas Gerais, porque provavelmente ninguém vai estar atuando no seu ramo por lá. Mas dependendo do companheiro de trabalho é irritante, ainda mais quando o trabalho é coletivo”. (Repórter 1)

“Acho estimulante” (Repórter 2).

“Ainda não senti muita competição nas rádios em que que trabalhei. Pelo que eu vejo, isso acontece mais em TVs. Tanto na CBN como na Bandnews os repórteres estão sempre dispostos a ajudar uns aos outros. Por incrível que pareça, não tive nenhum problema com competição” (Repórter 3).

“Dentro do jornalismo, salvo exceções, o clima é mais de colaboração do que competição. Quando há competição, minhas experiências me mostram que são disputas saudáveis, sempre em busca de melhores notícias” (Repórter 4).

“Competição exagerada incomoda, sim. Até porque é ruim para o resultado coletivo de trabalho, já que as pessoas passam a boicotar umas às outras, invés de cooperar” (Repórter 5).

“Acho que a competição mais importante tem que ser interna para cada pessoa. Entre os colegas isso existe, mas é algo que não precisa chegar a extremos” (Repórter 6).

“Quando é uma competição saudável acho muito bom para o crescimento profissional, e acaba sendo inerente como em qualquer outra profissão” (Repórter 7).

Os depoimentos dos repórter 8 e 9 destoaram um pouco da opinião de seus pares:

“Abomino a competição e não acho que seja algo inerente ao trabalho. Competição prejudica muito o trabalho que exercemos que é, essencialmente, um trabalho em equipe. Não aprovo o ranqueamento de funcionários ou premiações individuais como “craque do mês”, que geram uma competição nada saudável na equipe e atrapalham a produção”.

“Hoje eu vejo que a competição no ambiente de trabalho não é saudável. No entanto, logo que comecei a trabalhar como jornalista (2009) sempre me deixei influenciar por chefes que estimulavam a competição com jornalistas de veículos concorrentes e até entre jornalistas do mesmo veículo. Lembro bem que me embrenhei no Complexo do Alemão ainda não pacificado, em junho de 2010 depois de ouvir a seguinte frase de um editor: “Se você não entrar no Complexo do Alemão, os outros jornais vão entrar, vão se esbaldar de matéria e o JB vai ficar chupando dedo”.

No ano passado, descobri que sofro de Síndrome de Burnout. Uma das causas da doença, segundo a terapeuta que estou frequentando, é a concorrência exacerbada no ambiente de trabalho”. (Repórter 9)

6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa para a elaboração deste estudo foi muito importante no sentido de dar maior clareza sobre quem são os jornalistas e como eles se situam no mundo de hoje. A Internet mudou drasticamente as antigas relações estabelecidas no ambiente de trabalho desta categoria profissional. Hoje, as perspectivas parecem, ao mesmo tempo, fatalistas e esperançosas. Fatalistas porque o próprio modelo de negócios das grandes redações já não parece ser capaz de dar conta das demandas das empresas jornalísticas; esperançosas porque a rede e este universo conectado de informações permite aos jornalistas produzir mais e não serem tão dependentes de um único empregador.

Pudemos perceber, a partir dos relatos dos jornalistas que trabalham em redação no Rio de Janeiro, que muitas das questões levantadas por Ken Doctor, Isabel Travancas e José Roberto Heloani realmente se aplicam à realidade. A baixa remuneração, o acúmulo de funções, a inserção da profissão numa esfera emocional do intelecto, sintomas físicos do efeito do estresse no organismo, tudo isso ficou bastante evidente ao extrairmos os depoimentos desses jovens repórteres.

Esperamos que esta pesquisa, mesmo que breve, sirva para ajudar estudantes e jornalistas iniciantes a entender como funciona esse universo específico da profissão. Não há como prever o que acontecerá daqui para frente, mas parece acurado afirmar que o jornalismo – ou seja, o ato de se fazer jornal e notícia – não será o mesmo que as antigas gerações presenciaram. Caem certas figuras românticas que envolviam os jornalistas, para dar lugar a um profissional multimídia e conectado, não apenas a um veículo de comunicação, mas a diversas mídias sociais e portais de produção de conteúdo.

No primeiro capítulo nos debruçamos sobre o *ser social* deste grupo profissional, aliando a teoria com dados concretos de uma pesquisa de grande porte da FENAJ. Os resultados desse levantamento nos chamaram a atenção para diversos fatores, como a maioria dos jornalistas ser do sexo feminino e jovem (até 30 anos). Uma primeira leitura poderia nos fazer pensar que trata-se de uma indústria progressista, que investe em novos talentos e na equidade dos gêneros, mas a própria pesquisa da FENAJ traz um alerta: esses grupos são os que têm os menores salários.

Também vimos que há pouca adesão a sindicatos, o que nos dá a impressão de que esse grupo não se pensa coletivamente, ou não acredita no poder representativo dessas associações. O mesmo foi visto para a adesão a partidos políticos.

Apesar disso, e este dado também foi explicitado nos depoimentos, é muito importante para o grupo boas relações sociais com membros da imprensa. Muitas vezes, por se tratar de um mercado pequeno, é justamente isso que garante promoções e outros benefícios.

Do ponto de vista econômico, tratado no segundo capítulo, ilustramos o pensamento de que os leitores e a propaganda mudaram. Eles são os principais fatores a serem pensados pelos empresários do setor de mídia quando o assunto é sucesso empresarial. Ora, o modo de se consumir notícias atualmente é outro, como nos mostrou também gráfico da ANJ sobre o tempo de leitura diária de cada meio de comunicação. Se a propaganda, principal financiadora dos veículos, se modificou e passou a pagar menos ou a investir menos nesse tipo de mídia, é nítido que o setor passa por problemas e, até o momento, nenhum grande meio de comunicação parece ter conseguido mover o sucesso comercial dos impressos para a mídia digital.

No ponto de vista da saúde, capítulo 4, temos uma breve introdução ao estresse e às suas fases de manifestação no organismo. As condições de trabalho parecem afetar diretamente no nível de estresse dos jornalistas, que sentem-se em grande parte sobrecarregados ou pouco contemplados financeiramente. As consequências desse grande desgaste no organismo não poderiam ser piores: perda de qualidade de vida e saúde debilitada. Sem dúvida, muitas categorias passam por isso, mas os relatos extraídos tanto por José Roberto Heloani quanto no quinto capítulo deste estudo nos mostram que existe, de fato, uma correlação perigosa entre profissão e falta de saúde.

Com esses dados, podemos concluir que os jornalistas precisam atentar mais para si mesmos enquanto categoria do que submeter-se ao interesse de grandes empresas. Não que as empresas sejam vilãs, longe disso. O problema é que, ao querer tornar-se famoso, uma “estrela”, a qualquer custo, e isso estar atrelado a fazer parte de um veículo de grande alcance, tendemos a deixar de lado questões éticas e nos tornamos fissurados em demonstrar o nosso valor. Mas que valor é esse? Aparentemente, esse ciclo de hiper-competitividade, pressão, baixa remuneração e alta carga horária não vem beneficiando nenhum jornalista que trabalha em redação. Agora, as empresas também precisam entender que são dependentes de sua mão de obra e que devem dialogar com ela de forma que as duas partes saiam satisfeitas nessa troca que é o tempo de trabalho pela produção.

Talvez Doctor esteja certo e o velho mundo das notícias tenha acabado. Este estudo deve ser entendido, então, como fonte de inspiração para uma nova forma de se

ver e entender o jornalismo e a produção de notícias. O futuro não pertence a ninguém e se há uma característica positiva de termos a Internet é poder explorar todas as suas incontáveis tramas para fazer da informação algo melhor.

7 - BIBLIOGRAFIA

BRASIL. Decreto nº 7.872, de 26 de dezembro de 2012.

BRASIL. Lei nº 9.971, de 18 de maio de 2000.

BRASIL. Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008.

BRASIL. Lei nº 12.382, de 25 de fevereiro de 2011.

DAMATTA, Roberto. A casa e a rua - Espaço, Cidadania, Mulher e Morte no Brasil. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DOCTOR, Ken. Newsonomics: doze novas tendências que moldarão as notícias e o seu impacto na economia mundial. São Paulo: Cultrix, 2011.

FRIGO, D; SCHUSTER, P. O impacto da reestruturação produtiva do trabalho para jornalistas: antes e depois da Internet. Intercom, V Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação, outubro de 2013. Disponível em: http://coral.ufsm.br/sipecom/2013/wp-content/uploads/gravity_forms/1-997169d8a192ed05af1de5bcf3ac7daa/2013/09/SIPECOM-vers%C3%A3o-final.pdf .

FENAJ. Federação Nacional dos Jornalistas. Quem é o jornalista brasileiro? Perfil da profissão no país. Disponível em: http://www.fenaj.org.br/relinstitu/pesquisa_perfil_jornalista_brasileiro.pdf. Acesso em: 28/11/2013.

HELOANI, J. R. M. . Vivendo no limite: quem são nossos formadores de opinião?. Revista USP, São Paulo, v. 65, p. 148-168, 2005.

_____. Mudanças no Mundo do Trabalho e Impactos na Qualidade de Vida do Jornalista. Relatório de Pesquisa no 12/2003. São Paulo, FGV-SP (NPP – Núcleo de Pesquisas e Publicações). Disponível em: http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/3098/P00254_1.pdf?sequence=1. Acesso em: 02/12/2013.

KOTSCHO, Ricardo. A prática da reportagem. São Paulo: Ática, 2004.

LAGE, Nilson. A Estrutura da Notícia. São Paulo: Summus, 1986.

LIMA, V.; BEZERRA, V. Jornalismo e Jornalistas em Tempos de Reestruturação Produtiva: Reflexos do Pós-Fordismo e das Tecnologias Digitais na Atividade Profissional. In: XII Intercom, Campina Grande/PB, jun. 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1148-1.pdf>>. Acesso em: 18/10/2013.

TRAQUINA, Nelson. O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

TRAVANCAS, Isabel. O mundo dos jornalistas. São Paulo: Summus, 2011.

“Brasil deve recuperar posto de 6ª maior economia em 2013, mostra FMI”. **Portal G1**. Informação disponível em: <http://g1.globo.com/economia/noticia/2013/04/brasil-deve-recuperar-posto-de-6-maior-economia-em-2013-mostra-fmi.html>. Acessado em: 11/11/2013.

“Circulação de publicações impressas”. **Associação Nacional dos Jornalistas**. Disponível em: <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/circulacao-diaria>. Acessado em: 11/11/2013.

“Consumer Electronics Products Services Usage Report”. **Accenture Online**. Disponível em: <http://www.accenture.com/us-en/Pages/insight-2013-consumer-electronics-products-services-usage-report.aspx>. Acesso em: 03/11/2013.

“Íntegra da entrevista com Chris Anderson”. **Época Online**. Acesso em: 28-11-2013. Conteúdo disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDR75221-5856,00.html>

“Jornais brasileiros abandonam em massa o serviço google notícias”. **Centro Knight para o Jornalismo nas Américas**. Acesso em: 26-11-2013. Informação disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-11786-jornais-brasileiros-abandonam-em-massa-o-servico-google-noticias>

“Mais de mil jornalistas foram demitidos nos últimos doze meses”. **Portal Comuniquese**. Informação disponível em: <http://portal.comunique-se.com.br/index.php/editorias/9-contra-ataque/70513-mais-de-mil-jornalistas-foram-demitidos-nos-ultimos-doze-meses.html>. Acesso em: 10-10-2013.

“Pesquisador aponta aumento de depressão, assédio e cocaína entre jornalistas”. **Site da Rádio Criciúma**. Veiculado em 15/03/2013. Acessado em 17/10/2013. <http://www.radiocriciuma.com.br/portal/vernoticia.php?id=20749>

“PIB do Brasil cresce 4,46% em 2000 e atinge R\$1,089 tri”. **Frigoletto.com.br**. Disponível em: <http://www.frigoletto.com.br/GeoEcon/pibbrasil.htm>. Acesso em: 02/12/2013.

“PIB cresce 0,9%, e Brasil fica atrás da média dos países ricos em 2012”. **BBC**. Disponível em: http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/03/130301_pib_brasil_ru.shtml. Acesso em: 02/12/2013.

8 – ANEXOS

8.1 – Questionário

Idade:

Veículo:

I - Você se sente jornalista? Se sim, o que faz com que você se sinta assim?

II - Você classificaria sua relação com o jornalismo como emocional, uma “paixão”, ou apenas um trabalho que você exerce?

III - Como é o seu trabalho? O que você faz e qual a função prevista por contrato?

1. Quantas horas por dia você trabalha?
2. Exerce mais de uma função? Quais?
3. Já pediram para que fizesse uma cobertura multimídia (em mais de uma plataforma) de determinado assunto?
4. Acredita que a sua remuneração é compatível com a função desempenhada?

IV - O trabalho interfere na vida pessoal?

1. Você já terminou relacionamentos amorosos por causa da rotina do jornalismo?
2. Você acredita ser difícil ter relação de amizade ou amorosa com outras pessoas que não são jornalistas?
3. Sente que a rotina do trabalho o (a) afasta de amigos?
4. Sente que tem tempo para fazer outras coisas além do trabalho?
5. Para as mulheres, como é a relação da maternidade com o excesso de trabalho?

V - E em sua saúde?

1. Já teve manifestação de sintomas de doenças relacionadas ao estresse (úlceras, gastrite, espasmos musculares, mau humor etc) por causa da profissão? Se sim, por favor, descreva.
2. Já fez uso de estimulantes lícitos (café, vitamina) ou ilícitos para manter a rotina?

VI - Na relação com a chefia:

1. Já sentiu que sofreu assédio moral, foi humilhado (a) ou constrangido (a) por um chefe?

VII – Na relação com os colegas:

2. Considera que o ambiente de trabalho é bom?

3. Como lida com a competição? Acha que é algo inerente ao trabalho ou incomoda?

8.2

REPÓRTER 1

Idade: 24

Veículo: Destak

I - Você se sente jornalista? Se sim, o que faz com que você se sinta assim?

Sim, mas o trabalho na redação de um jornal gratuito como o Destak, que tem uma estrutura mínima de funcionamento, acaba sendo um pouco burocrático, levado, em bom português, no “rame-rame”. Não temos um carro de reportagem e tampouco muitos jornalistas na redação – 3 estagiários, onde eu me incluo, e três contratados – a maioria das matérias são feitas de forma remota, seguindo portais de notícias on-line e principalmente pelo telefone.

II - Você classificaria sua relação com o jornalismo como emocional, uma “paixão”, ou apenas um trabalho que você exerce?

Um pouco dos dois. Mas acredito que o jornalismo seja uma paixão, porque, além de eu gostar de me expressar por meio de palavras, poder questionar e descobrir coisas sendo um repórter motiva o trabalho. A questão é que a falta de estrutura acaba restringindo as possibilidades de reportagem, o que é às vezes brochante – ter uma boa pauta e não poder ir ao local para apurar porque não há carro, tempo.

III - Como é o seu trabalho? O que você faz e qual a função prevista por contrato?

1. Quantas horas por dia você trabalha? Entre sete e nove, às vezes 10.
2. Exerce mais de uma função? Quais? Não, sou repórter da editoria de esportes, mas faço também matérias para cidade e Brasil.
3. Já pediram para que fizesse uma cobertura multimídia (em mais de uma plataforma) de determinado assunto? Não.
4. Acredita que a sua remuneração é compatível com a função desempenhada?
Pelo mercado sim, mas deveria ter vale-transporte. O fato é que o ideal seria ter mais empresas jornalísticas no Rio, para absorver a demanda de profissionais. Outra coisa que prejudica o mercado é a política de contratar estagiários para trabalhar igual como contratado.

IV - O trabalho interfere na vida pessoal?

- 1. Você já terminou relacionamentos amorosos por causa da rotina do jornalismo?**

Não.

- 2. Você acredita ser difícil ter relação de amizade ou amorosa com outras pessoas que não são jornalistas?**

Não acredito, desde que a pessoa entenda o que é uma profissão que exige tempo da sua vida pessoal. O jornalismo não é um trabalho de escritório.

- 3. Sente que a rotina do trabalho o (a) afasta de amigos?**

Às vezes, por uma questão de tempo.

- 4. Sente que tem tempo para fazer outras coisas além do trabalho?**

Muitas coisas não, o que eu acho que deve ser comum pra muita gente, não só jornalistas.

- 5. Para as mulheres, como é a relação da maternidade com o excesso de trabalho?**

V - E em sua saúde?

- 1. Já teve manifestação de sintomas de doenças relacionadas ao estresse (úlceras, gastrite, espasmos musculares, mau humor etc) por causa da profissão? Se sim, por favor, descreva.**

Tive gastrite e úlcera, além de crises alérgicas por causa do stress. O jornalismo degrada a pessoa, porque não te dá tempo para comer direito, fazer exercício físicos, dentre outras coisas, quando o jornalista não organiza o tempo dele fora da redação.

- 2. Já fez uso de estimulantes lícitos (café, vitamina) ou ilícitos para manter a rotina?**

Café e mate são imprescindíveis e tabaco às vezes.

VI - Na relação com a chefia:

- 1. Já sentiu que sofreu assédio moral, foi humilhado (a) ou constrangido (a) por um chefe?**

Não.

VII – Na relação com os colegas:

- 2. Considera que o ambiente de trabalho é bom?**

Sim, jornalista é uma classe plural, em geral, composta por gente de cabeça aberta.

- 3. Como lida com a competição? Acha que é algo inerente ao trabalho ou incomoda?**

A competição é inerente a todo trabalho, a não ser que você construa pranchas de surfe em Minas Gerais, porque provavelmente ninguém vai estar atuando no seu ramo por lá. Mas dependendo do companheiro de trabalho é irritante, ainda mais quando o trabalho é coletivo.

8.3

REPÓRTER 2

Idade: 25

Veículo: TV Esporte Interativo

I - Você se sente jornalista? Se sim, o que faz com que você se sinta assim?

Me sinto jornalista por levar a informação às pessoas. Por mais que eu trabalhe com um “jornalismo de entretenimento”, em cada transmissão que coordeno acredito que esteja tocando de alguma maneira o telespectador.

II - Você classificaria sua relação com o jornalismo como emocional, uma “paixão”, ou apenas um trabalho que você exerce?

Com certeza uma paixão, algo que sonho em fazer desde os 15 anos de idade e me considero realizando este sonho.

III - Como é o seu trabalho? O que você faz e qual a função prevista por contrato?

1. Quantas horas por dia você trabalha?

Depende da semana, mas diria que uma média entre 6 e 10 horas.

2. Exerce mais de uma função? Quais?

Produtor e coordenador de transmissões.

3. Já pediram para que fizesse uma cobertura multimídia (em mais de uma plataforma) de determinado assunto?

Sim, para TV e mídias sociais.

4. Acredita que a sua remuneração é compatível com a função desempenhada?

Não.

IV - O trabalho interfere na vida pessoal?

1. Você já terminou relacionamentos amorosos por causa da rotina do jornalismo?

Não terminei, mas tive problemas.

2. Você acredita ser difícil ter relação de amizade ou amorosa com outras pessoas que não são jornalistas?

Meus dois relacionamentos até hoje foram com pessoas da área de comunicação.

3. Sente que a rotina do trabalho o (a) afasta de amigos?

Não.

4. Sente que tem tempo para fazer outras coisas além do trabalho?

Sim, apesar de horários “esquisitos” consigo manter minha vida social ativa.

5. Para as mulheres, como é a relação da maternidade com o excesso de trabalho?

V - E em sua saúde?

1. Já teve manifestação de sintomas de doenças relacionadas ao estresse (úlcera, gastrite, espasmos musculares, mau humor etc) por causa da profissão? Se sim, por favor, descreva.

Sim, mau humor.

2. Já fez uso de estimulantes lícitos (café, vitamina) ou ilícitos para manter a rotina?

Não.

VI - Na relação com a chefia:

1. Já sentiu que sofreu assédio moral, foi humilhado (a) ou constrangido (a) por um chefe?

Sim, constrangimento.

VII – Na relação com os colegas:

1. Considera que o ambiente de trabalho é bom?

Acho um ambiente bom, mas que já foi melhor.

2. Como lida com a competição? Acha que é algo inerente ao trabalho ou incomoda?

Acho estimulante.

8.4

REPÓRTER 3

Idade: 24 anos

Veículo: Bandnews e CBN

I - Você se sente jornalista? Se sim, o que faz com que você se sinta assim?

Sim. Antes de trabalhar em redações eu não tinha o hábito de acordar e já ler jornal, nem de prestar atenção em coisas que aconteciam a minha volta. Hoje em dia eu já acordo abrindo o jornal para ficar por dentro de tudo o que está acontecendo, sempre que posso vejo os jornais na TV e fico chateada quando não sei de alguma notícia, mesmo que seja de outro estado. Além disso, quando vejo algo acontecendo (um acidente, um incêndio, tiroteio, ou qualquer coisa relevante), já ligo para a redação, aviso aos repórteres, tenho vontade de ficar por dentro do assunto.

II - Você classificaria sua relação com o jornalismo como emocional, uma “paixão”, ou apenas um trabalho que você exerce?

É uma paixão. Eu trabalho muito, mas estou sempre disposta a passar do meu horário, de ajudar os colegas com a matéria, de fazer bem o meu trabalho. Fico chateada quando ocorre uma supercobertura e não estou presente. Apesar do risco, gosto de cobrir manifestações e operações policiais. Adoro a adrenalina que o trabalho jornalístico pode proporcionar.

III - Como é o seu trabalho? O que você faz e qual a função prevista por contrato?

1. Quantas horas por dia você trabalha?

Durante a semana deveria trabalhar 7 horas, mas raramente saio no horário. Trabalho um fim de semana a cada três. Em feriados e fins de semana, a carga horária é de 9 ou 10 horas.

2. Exerce mais de uma função? Quais?

Na Bandnews, além do trabalho de jornalista tínhamos que fazer a parte técnica. Lá não existe operador para a mesa de áudio. Durante a semana eu fazia reportagem, mas nos fins de semana fazia ancoragem, operava a mesa e exercia a função de chefe durante a tarde.

Já na CBN existe operador de áudio. O âncora não precisa se preocupar com a parte técnica. No entanto, a rádio tem site e Facebook atualizado pelos jornalistas. Eu fui contratada para ser repórter. Quando ia para a rua, precisava tirar foto para o site. De

setembro para cá tenho feito o site. Além de cadastrar as matérias que vão ao ar, tenho que atualizar a página inicial e ficar de olho em outros veículos de comunicação. Em ambos os veículos, só existe produtor para os programas das rádios. Na reportagem é o repórter que produz a sua própria pauta.

3. Já pediram para que fizesse uma cobertura multimídia (em mais de uma plataforma) de determinado assunto?

Na CBN, todo repórter que vai para a rua tem que tirar foto para o site. Às vezes precisamos tirar várias fotos porque a chefia quer fazer uma galeria de imagens na home. Além disso, a rádio tem um quadro chamado “Seu Bairro, Nossa Cidade” no qual o repórter ainda precisa fazer um vídeo sobre problemas nos bairros.

4. Acredita que a sua remuneração é compatível com a função desempenhada?

Não. A Bandnews, assim como toda Bandeirantes, tem um salário muito inferior ao que um repórter deveria ganhar. Na rádio, os estagiários ganham R\$ 350 e fazem quase o mesmo trabalho que o repórter. Eles atendem telefone de ouvinte, entram no ar, vão para a rua, fecham mais de uma matéria por dia, além de fazerem horas extras diariamente. O salário de trainee é de cerca de R\$ 650. Além de todas as funções do estagiário, o trainee ainda faz ancoragem e opera a mesa. O repórter júnior ganha cerca de R\$ 1250. Ao contrário da TV, na Bandnews o repórter ganha, no máximo, cerca de R\$ 3500.

Em comparação com a Bandnews, o salário da CBN é melhor. O trainee ganha R\$ 1500 reais e o repórter júnior R\$ 2400. Mas o valor ainda é abaixo do que um repórter de televisão ganha. Jornalistas que estão há 20 anos na rádio não ganham mais do que R\$ 5000. Apenas apresentadores tem um salário considerado bom. O repórter não é valorizado apesar de passar horas trabalhando, se arriscar em operações policiais em comunidades, trabalhar nos fins de semana e acumular funções.

IV - O trabalho interfere na vida pessoal?

1. Você já terminou relacionamentos amorosos por causa da rotina do jornalismo?

Nunca terminei relacionamentos amorosos por causa da rotina do jornalismo, mas já tive brigas por causa do trabalho e, tenho certeza, que a profissão ajudou para o fim do meu relacionamento (apesar de não ter sido o principal motivo). Namorei um jornalista da Bandnews e acabamos terminando pouco depois de eu sair da rádio. Acredito que a falta de tempo para nos encontrarmos e o cansaço e desgaste diário da profissão ajudaram para que o namoro terminasse. Nossos plantões de fim de semana não eram sempre os mesmos e durante a semana trabalhávamos em horários diferentes. Quando conseguíamos uma brecha, estávamos sempre cansados.

2. Você acredita ser difícil ter relação de amizade ou amorosa com outras pessoas que não são jornalistas?

É difícil porque pessoas que não são jornalistas não entendem os plantões, a falta de horário, a falta de rotina. Jornalistas não conseguem planejar viagens, fins de semana, com antecedência. Na CBN, a grade de horário muda toda semana. E quando algumas pessoas estão de férias, eles mudam até a função do jornalista: o repórter faz produção, ou uma pessoa do site vai para a reportagem.

Apesar disso, não é impossível já que as outras pessoas tem horários mais flexíveis.

3. Sente que a rotina do trabalho o (a) afasta de amigos?

Sim. Jornalistas raramente têm feriado e sempre estão de plantão em fins de semana. É difícil conseguir ir a todos os encontros dos seus amigos, aniversários, jantares. Você fica sempre excluído dos grupos porque, as vezes, passa muito tempo sem conseguir encontrar os amigos. Seja por falta de tempo ou por cansaço por causa da rotina puxada do jornalista.

4. Sente que tem tempo para fazer outras coisas além do trabalho?

A maioria dos jornalistas não consegue cumprir horários, marcar médicos, fazer academia, praticar um esporte. Todas essas tarefas exigem comprometimento com hora e são complicadas de conciliar com o dia a dia do jornalista.

5. Para as mulheres, como é a relação da maternidade com o excesso de trabalho?

Não sei, ainda não tive filhos. Mas vejo o esforço das repórteres que são mães para estarem sempre presentes na vida dos filhos.

V - E em sua saúde?

1. Já teve manifestação de sintomas de doenças relacionadas ao estresse (úlceras, gastrite, espasmos musculares, mau humor etc) por causa da profissão? Se sim, por favor, descreva.

Principalmente mau humor e dor de cabeça. Quando passo o dia em uma pauta que seja no sol (como manifestações durante a manhã) ou simplesmente trabalho durante muito tempo, sempre tenho dores de cabeça. Fora isso, nunca tive doenças mais graves por causa da profissão.

2. Já fez uso de estimulantes lícitos (café, vitamina) ou ilícitos para manter a rotina?

Não, nunca.

VI - Na relação com a chefia:

1. Já sentiu que sofreu assédio moral, foi humilhado (a) ou constrangido (a) por um chefe?

Sempre tive um ótimo relacionamento com meus chefes. Principalmente na CBN. Na Band, apesar de adorar a chefia, me senti pressionada a fazer um trabalho chato (ficar alguns meses no Centro de Operações da Prefeitura, entrando no ar com informações do trânsito) para ser efetivada. Como um repórter pedi demissão e a chefe precisava de uma solução rápida para a vaga, ela insinuou que eu precisaria ir pra lá para subir de cargo. Fora isso, nunca fui humilhada nem constrangida por nenhum chefe.

VII – Na relação com os colegas:

1. Considera que o ambiente de trabalho é bom?

Sim. Apesar de todos os problemas que a Bandnews tem, o ambiente de trabalho é o melhor possível. Por ter que lidar com todos os problemas que a empresa tem de infraestrutura, salário e etc, a equipe é muito unida. Fiz bons amigos lá e fiquei extremamente triste de sair de lá. Os repórteres estavam sempre rindo e brincando entre uma reportagem e outra. Na CBN o clima também é ótimo. No entanto, os jornalistas são mais focados no trabalho. Acredite que isso se dê porque a atividade é mais pesada. A CBN do Rio é uma das cabeças de rede e faz muitas matérias sobre economia e política, ao contrário da Band, que faz matérias com conteúdo mais local. Por isso as pessoas estão sempre mais concentradas na redação. Mas mesmo assim, conseguimos nos divertir trabalhando e sempre marcamos chopp com o pessoal. Já fiz muitos amigos na CBN também.

2. Como lida com a competição? Acha que é algo inerente ao trabalho ou incomoda?

Ainda não senti muita competição nas rádios em que que trabalhei. Pelo que eu vejo, isso acontece mais em TVs. Tanto na CBN como na Bandnews os repórteres estão sempre dispostos a ajudar uns aos outros. Por incrível que pareça, não tive nenhum problema com competição.

8.5

REPÓRTER 4

Idade: 26 anos

Veículo: Freelancer

I - Você se sente jornalista? Se sim, o que faz com que você se sinta assim?

(Não respondeu)

II - Você classificaria sua relação com o jornalismo como emocional, uma “paixão”, ou apenas um trabalho que você exerce?

Principalmente uma paixão, que vale, pelo menos por enquanto, os esforços inerentes da profissão. Jornalismo demanda entrega pessoal, profissional e psicológica. Porém, a realização que sinto na apuração/investigação, redação e publicação de histórias me faz ter a certeza de que os percalços ainda são válidos.

III - Como é o seu trabalho? O que você faz e qual a função prevista por contrato?

Trabalho como repórter freelance para diversos veículos, principalmente internacionais. Determino meus horários e a remuneração é paga por hora. Em alguns Jobs específicos, recebo uma quantia fixa ou a partir de resultados. Esporadicamente, também trabalho com comunicação interna e, mais raramente, com assessoria de imprensa.

1. Quantas horas por dia você trabalha?

De 8 a 10 horas por dia (Faria uma média de 45 a 50 horas semanal)

2. Exerce mais de uma função? Quais?

Faço traduções e dou aulas de inglês esporadicamente.

3. Já pediram para que fizesse uma cobertura multimídia (em mais de uma plataforma) de determinado assunto?

Não. Já trabalhei em diversas plataformas, porém separadamente.

4. Acredita que a sua remuneração é compatível com a função desempenhada?

Atualmente, como freelancer, acredito que a minha remuneração é compatível com a minha experiência e meu tempo de profissão. Porém, jornalistas empregados (como fui) recebem muito abaixo do mercado, com remunerações incompatíveis com os preços praticados na economia.

IV - O trabalho interfere na vida pessoal?

Sim, porém de forma saudável.

1. Você já terminou relacionamentos amorosos por causa da rotina do jornalismo?

Não.

2. Você acredita ser difícil ter relação de amizade ou amorosa com outras pessoas que não são jornalistas?

Não, consigo manter amizades fora do meio jornalístico.

3. Sente que a rotina do trabalho o (a) afasta de amigos?

Pouco.

4. Sente que tem tempo para fazer outras coisas além do trabalho?

Como freelancer consigo dividir bem o meu tempo para realizar atividades fora do trabalho. Porém, é mais difícil equilibrar as atividades quando se trabalha em redação fixa.

5. Para as mulheres, como é a relação da maternidade com o excesso de trabalho?

Acredito que seja difícil, pela baixa remuneração e o tempo dedicado ao trabalho, mas ainda não tive esta experiência.

V - E em sua saúde?

1. Já teve manifestação de sintomas de doenças relacionadas ao estresse (úlceras, gastrite, espasmos musculares, mau humor etc) por causa da profissão? Se sim, por favor, descreva.

Sim, já tive úlcera nervosa, insônia e espasmos devido ao excesso, deadline ou complexidade do trabalho.

2. Já fez uso de estimulantes lícitos (café, vitamina) ou ilícitos para manter a rotina?

Uso café, mas como bebo desde os 8 anos, não acredito ser possível associar diretamente com a rotina de trabalho. Durante a época de muito trabalho, no entanto, aumento o consumo. Coloquei o chá em minha rotina para efeito contrário: acalmar e tranquilizar.

VI - Na relação com a chefia:

1. Já sentiu que sofreu assédio moral, foi humilhado (a) ou constrangido (a) por um chefe?

Sim, por mais de uma vez, me senti constrangida e humilhada por atitudes arbitrárias, desrespeitosas ou injustas dos editores e chefes.

VII – Na relação com os colegas:

1. Considera que o ambiente de trabalho é bom?

O ambiente de trabalho é uma dicotomia: ao mesmo tempo em que é estressante, já que estão todos com os nervos a flor da pele, é também um ambiente de companheirismo, coleguismo e descontração, já que há um entendimento mútuo das dificuldades sofridas pelos colegas.

2. Como lida com a competição? Acha que é algo inerente ao trabalho ou incomoda?

Dentro do jornalismo, salvo exceções, o clima é mais de colaboração do que competição. Quando há competição, minhas experiências me mostram que são disputas saudáveis, sempre em busca de melhores notícias.

8.6

REPÓRTER 5

Idade: 24 anos

Veículo: O Fluminense

I - Você se sente jornalista? Se sim, o que faz com que você se sinta assim?

Sim, me sinto jornalista. Em grande parte, acredito que esse sentimento vem da identificação com os valores ideológicos atribuídos à profissão, tais quais a busca por informações de interesse público e por garantir à sociedade a preservação dos direitos à livre informação e à liberdade de imprensa. Apesar das frustrações cotidianas, tento manter-me fiel a esses preceitos.

II - Você classificaria sua relação com o jornalismo como emocional, uma “paixão”, ou apenas um trabalho que você exerce?

Diria que minha relação com o jornalismo é até mais que emocional. É ideológica, mesmo. Desde a adolescência, quando decidi que este seria o caminho a seguir profissionalmente, vejo o jornalismo como um dos maiores instrumentos de promoção da democracia e da justiça social. Em um país como o Brasil, um profissional que trabalhe assim precisa ter um tanto de militante, diante de todos os problemas cotidianos que enfrentamos dentro e fora das redações.

III - Como é o seu trabalho? O que você faz e qual a função prevista por contrato?**1. Quantas horas por dia você trabalha?**

Trabalho, na teoria, 7h por dia, mas na realidade essa média fica em 8h. No entanto, a carga horária não é constante. Se há dias em que consigo trabalhar as 7h regulamentadas, em outros trabalho 9h ou 10h seguidas.

2. Exerce mais de uma função? Quais?

Sim. Além de repórter, colaboro com a coluna de política do jornal.

3. Já pediram para que fizesse uma cobertura multimídia (em mais de uma plataforma) de determinado assunto?

Isso é uma constante. Como o grupo em que trabalho também possui uma TV, é comum que os repórteres sigam para as pautas acompanhados de cinegrafista. Eu nunca tive que fazer passagens ou mesmo texto para TV, mas em diversas oportunidades acabo

atuando como produtor, realizando entrevistas e negociando questões burocráticas da cobertura in loco.

4. Acredita que a sua remuneração é compatível com a função desempenhada?

De forma alguma. A remuneração não é adequada nem mesmo ao trabalho que eu deveria fazer, atuando como repórter 7h por dia. Considerando que não recebemos horas extras e eventualmente ainda desempenhamos outras funções, a situação se agrava ainda mais.

IV - O trabalho interfere na vida pessoal?

1. Você já terminou relacionamentos amorosos por causa da rotina do jornalismo?

Nunca cheguei a tanto

2. Você acredita ser difícil ter relação de amizade ou amorosa com outras pessoas que não são jornalistas?

Com certeza. Nas redações existe a piada que "jornalista só se reproduz em cativeiro". Isso tem um fundo de verdade, na minha opinião. Os profissionais, por ficarem quase exclusivamente dedicados ao trabalho, acabam restringindo o convívio aos colegas. Além disso, jornalistas têm bem mais facilidade de entender a rotina de um colega do que pessoas de outras áreas.

3. Sente que a rotina do trabalho o (a) afasta de amigos?

Com certeza. Por vezes fico semanas ou até meses sem ver amigos que moram na minha rua ou no meu bairro, já que os nossos horários são muito diferentes dos de todo mundo e também por trabalharmos muito nos fins de semana.

4. Sente que tem tempo para fazer outras coisas além do trabalho?

Sempre. Gostaria de praticar exercícios, estudar ou desempenhar outras atividades pessoais, mas a falta de tempo sempre acaba me fazendo desistir.

5. Para as mulheres, como é a relação da maternidade com o excesso de trabalho?

V - E em sua saúde?

1. Já teve manifestação de sintomas de doenças relacionadas ao estresse (úlcera, gastrite, espasmos musculares, mau humor etc) por causa da profissão? Se sim, por favor, descreva.

Durante um certo tempo, em um momento de mais tensão no trabalho, desenvolvi uma queimação constante. Por sorte tratei antes de virar uma gastrite. Ganhei muito peso desde que comecei a trabalhar com jornalismo e atualmente tenho sentido o que provavelmente é o começo de uma tendinite.

2. Já fez uso de estimulantes lícitos (café, vitamina) ou ilícitos para manter a rotina?

Tomo grandes quantidades de café todos os dias.

VI - Na relação com a chefia:

1. Já sentiu que sofreu assédio moral, foi humilhado (a) ou constrangido (a) por um chefe?

Já trabalhei em ambientes muito complicados nesse sentido. Embora tenha uma postura que evite esse tipo de coisa, já sofri com agressões verbais, constrangimentos e outros caracterizantes de assédio moral. Presenciei casos muito piores nos locais em que trabalhei.

VII – Na relação com os colegas:

1. Considera que o ambiente de trabalho é bom?

No geral, nutro um bom relacionamento com colegas de trabalho, fazendo amizade com alguns, inclusive. Mas já tive problemas pontuais.

2. Como lida com a competição? Acha que é algo inerente ao trabalho ou incomoda?

Competição exagerada incomoda, sim. Até porque é ruim para o resultado coletivo de trabalho, já que as pessoas passam a boicotar umas às outras, invés de cooperar.

8.7

REPÓRTER 6

Idade: 24 anos

Veículo: Rádio CBN

I - Você se sente jornalista? Se sim, o que faz com que você se sinta assim?

Sim. A vontade de passar a informação e descobrir o que acontece nos meandros do poder e nos bastidores da vida pública.

II - Você classificaria sua relação com o jornalismo como emocional, uma “paixão”, ou apenas um trabalho que você exerce?

Minha relação com o jornalismo é muito antiga e muito forte. É uma mistura de paixão e escolha racional.

III - Como é o seu trabalho? O que você faz e qual a função prevista por contrato?

Eu sou repórter da rádio CBN. Vou à rua, apuro informações e faço reportagens ao vivo e gravadas, seja na rua ou da própria redação.

1. Quantas horas por dia você trabalha?

Em geral oito horas.

2. Exerce mais de uma função? Quais?

Por enquanto não, mas gostaria de trabalhar na produção e na apuração. Seria muito interessante.

3. Já pediram para que fizesse uma cobertura multimídia (em mais de uma plataforma) de determinado assunto?

Sim, com texto, áudio e vídeo durante manifestações no Rio de Janeiro.

4. Acredita que a sua remuneração é compatível com a função desempenhada?

Certamente não. O salário do Rio é muito menor que o de São Paulo, por exemplo.

IV - O trabalho interfere na vida pessoal?

Sim, de certa forma.

1. Você já terminou relacionamentos amorosos por causa da rotina do jornalismo?

Nunca, mas já tive problemas por conta disso.

2. Você acredita ser difícil ter relação de amizade ou amorosa com outras pessoas que não são jornalistas?

Não, não acredito que seja difícil, é até melhor, porque não fica lembrando de trabalho o tempo todo.

3. Sente que a rotina do trabalho o (a) afasta de amigos?

Não.

4. Sente que tem tempo para fazer outras coisas além do trabalho?

Sim, de vez em quando mas dá tempo.

5. Para as mulheres, como é a relação da maternidade com o excesso de trabalho?

V - E em sua saúde?

Até hoje, nada demais. Apenas gripes e resfriados adquiridos após muito esforço e pouco sono.

1. Já teve manifestação de sintomas de doenças relacionadas ao estresse (úlceras, gastrite, espasmos musculares, mau humor etc) por causa da profissão? Se sim, por favor, descreva.

Ainda não.

2. Já fez uso de estimulantes lícitos (café, vitamina) ou ilícitos para manter a rotina?

Não.

VI - Na relação com a chefia:

1. Já sentiu que sofreu assédio moral, foi humilhado (a) ou constrangido (a) por um chefe?

Além dos esporros normais de um certo ex-chefe do Jornal do Brasil, nada demais.

VII – Na relação com os colegas:

2. Considera que o ambiente de trabalho é bom?

Sim.

3. Como lida com a competição? Acha que é algo inerente ao trabalho ou incomoda?

Acho que a competição mais importante tem que ser interna para cada pessoa. Entre os colegas isso existe, mas é algo que não precisa chegar a extremos.

8.8

REPÓRTER 7

Idade: 30 anos

Veículo: Jornal do Brasil

I - Você se sente jornalista? Se sim, o que faz com que você se sinta assim?

Sim, pois ao você está publicando uma matéria de um acontecimento ou um fato em uma mídia impressa ou digital você está cumprindo com o papel de um jornalista .

II - Você classificaria sua relação com o jornalismo como emocional, uma “paixão”, ou apenas um trabalho que você exerce?

Totalmente emocional.

III - Como é o seu trabalho? O que você faz e qual a função prevista por contrato?

Sou fotojornalista, meu trabalho é retratar por imagens as pautas com a mais pura realidade do acontecimento, editar as imagens de acordo com a matéria e montar as galerias fotográficas do site.

1. Quantas horas por dia você trabalha?

Em sua maioria dos dias 7 horas.

2. Exerce mais de uma função? Quais?

Não.

3. Já pediram para que fizesse uma cobertura multimídia (em mais de uma plataforma) de determinado assunto?

Não.

4. Acredita que a sua remuneração é compatível com a função desempenhada?

Não, pois está abaixo do que o sindicato determina.

IV - O trabalho interfere na vida pessoal?

Sim, pois é uma profissão na qual você tem que estar sempre atento ao que está acontecendo e com isso seus horários podem mudar a qualquer momento.

1. Você já terminou relacionamentos amorosos por causa da rotina do jornalismo?

Sim.

2. 2. Você acredita ser difícil ter relação de amizade ou amorosa com outras pessoas que não são jornalistas?

Sim.

3. 3. Sente que a rotina do trabalho o (a) afasta de amigos?

Não, pois se a pessoa é amiga, ela entende a natureza do trabalho e apoia.

4. Sente que tem tempo para fazer outras coisas além do trabalho?

Não, pois a rotina de trabalho muda de acordo com as pautas do dia seguinte.

5. Para as mulheres, como é a relação da maternidade com o excesso de trabalho?

V - E em sua saúde?

1. **Já teve manifestação de sintomas de doenças relacionadas ao estresse (úlceras, gastrite, espasmos musculares, mau humor etc) por causa da profissão? Se sim, por favor, descreva.**

Sim, depressão. Pois você lida com muitas notícias ruins, como a morte, a fome, a pobreza extrema, e ver esta realidade de perto é uma carga muito pesada.

2. **Já fez uso de estimulantes lícitos (café, vitamina) ou ilícitos para manter a rotina?**

Sim, no mínimo 4 copos de café por dia!

VI - Na relação com a chefia:

1. **Já sentiu que sofreu assédio moral, foi humilhado (a) ou constrangido (a) por um chefe?**

Sim.

VII – Na relação com os colegas:

1. **Considera que o ambiente de trabalho é bom?**

Sim

2. **Como lida com a competição? Acha que é algo inerente ao trabalho ou incomoda?**

Quando é uma competição saudável acho muito bom para o crescimento profissional e acaba sendo inerente como em qualquer outra profissão.

8.9

REPÓRTER 8

Idade: 25 anos

Veículo: Esporte Interativo

I - Você se sente jornalista? Se sim, o que faz com que você se sinta assim?

Sim. Trabalho com apuração, produção e distribuição de informação.

II - Você classificaria sua relação com o jornalismo como emocional, uma “paixão”, ou apenas um trabalho que você exerce?

É uma satisfação pessoal ser jornalista. Não existe um minuto do meu dia em que eu não seja jornalista. Acho que tem mais a ver com consciência do dever da profissão do que paixão pela profissão. Gosto muito do que faço, mas me vejo fazendo outras coisas também. Abriria mão de ser jornalista para ter uma livraria, por exemplo, se tivesse condições para tal.

III - Como é o seu trabalho? O que você faz e qual a função prevista por contrato?

Coordeno uma equipe de 6 pessoas que produzem conteúdo jornalístico sobre os 4 grandes times do Rio para 4 plataformas diferentes (TV, móvel, redes sociais e web). A função prevista por contrato é estágio de produção na área da Conteúdo.

1. Quantas horas por dia você trabalha?

Em média, 7 horas e meia, com uma hora de almoço.

2. Exerce mais de uma função? Quais?

Não.

3. Já pediram para que fizesse uma cobertura multimídia (em mais de uma plataforma) de determinado assunto?

Meu trabalho é essencialmente multimídia, ou multiplataforma, como chamamos no EI. Produzo uma notícia para o portal do EI, que é adaptada para a plataforma de móvel (celular) e em vídeo (digital e TV), além da produção de conteúdo para redes sociais (páginas BrahmaTime no Facebook).

4. Acredita que a sua remuneração é compatível com a função desempenhada?

Não. É menos do que deveria ser para os padrões do mercado.

IV - O trabalho interfere na vida pessoal?

1. Você já terminou relacionamentos amorosos por causa da rotina do jornalismo?

Não.

2. Você acredita ser difícil ter relação de amizade ou amorosa com outras pessoas que não são jornalistas?

É difícil, mas eu consigo manter uma “rede social” composta por amigos de diferentes “classes”, a maioria, jornalistas, mas não somente.

3. Sente que a rotina do trabalho o (a) afasta de amigos?

Sim, pois o pouco tempo de folga não sobra energia para eventos com os amigos, os horários (geralmente saio da redação depois das 21h) também não ajudam. Tanto amigos, quanto família são afastados pela rotina do trabalho.

4. Sente que tem tempo para fazer outras coisas além do trabalho?

Tenho tempo, mas não tenho energia. Durmo tarde e acordo tarde, já quase na hora de ir para a redação e, nas folgas, descanso mais do que faço qualquer coisa relacionada a laser, cursos de aprimoramento, estudos, etc.

5. Para as mulheres, como é a relação da maternidade com o excesso de trabalho?

Ainda não tive filhos, não penso muito sobre isso hoje, mas acredito que seria muito desgastante física e psicologicamente conciliar maternidade com a rotina de trabalho.

V - E em sua saúde?

1. Já teve manifestação de sintomas de doenças relacionadas ao estresse (úlceras, gastrite, espasmos musculares, mau humor etc) por causa da profissão? Se sim, por favor, descreva.

Não, mas já tive dificuldade para dormir por conta da pressão e sobrecarga de responsabilidades.

2. Já fez uso de estimulantes lícitos (café, vitamina) ou ilícitos para manter a rotina?

Não vivo sem café. Tomo, pelo menos, 4 expressos por dia.

VI - Na relação com a chefia:

1. Já sentiu que sofreu assédio moral, foi humilhado (a) ou constrangido (a) por um chefe?

Não. Sempre tive uma relação saudável com meus chefes.

VII – Na relação com os colegas:

1. Considera que o ambiente de trabalho é bom?

Em relação às pessoas é excelente, bem-humorado e zero competitivo. Em relação à estrutura é desconfortável, sala apertada, cadeiras quebradas e computadores precários.

2. Como lida com a competição? Acha que é algo inerente ao trabalho ou incomoda?

Abomino a competição e não acho que seja algo inerente ao trabalho. Competição prejudica muito o trabalho que exercemos que é, essencialmente, um trabalho em equipe. Não aprovo o ranqueamento de funcionários ou premiações individuais como “craque do mês”, que geram uma competição nada saudável na equipe e atrapalham a produção.

8.10

REPÓRTER 9

Idade: 24 anos

Veículo: UOL

I - Você se sente jornalista? Se sim, o que faz com que você se sinta assim?

Sim, eu me sinto jornalista. Quando estou diante de uma informação privilegiada e consigo compartilhar com um grande número de leitores uma determinada informação, que tenha utilidade pública, acredito que estou cumprindo meu papel como jornalista.

II - Você classificaria sua relação com o jornalismo como emocional, uma “paixão”, ou apenas um trabalho que você exerce?

Eu considero o jornalismo como uma paixão e não apenas como um trabalho. Estou o tempo todo pensando no que pode ser ou não pauta, mesmo quando estou num compromisso estritamente pessoal. Também já cansei de abrir mão do meu dia de folga para a cobertura de uma pauta relevante.

III - Como é o seu trabalho? O que você faz e qual a função prevista por contrato?

Atualmente, trabalho há dois meses como repórter do UOL Notícias, mas também já fui repórter do jornal Povo do Rio e do Jornal do Brasil (impresso e digital). No UOL sou repórter colaboradora. Isto é, freelancer. Não tenho contrato de trabalho.

1. Quantas horas por dia você trabalha?

Há dias em que trabalho até oito horas. Em outros, trabalho menos que isso. Tudo depende da pauta que me é passada em determinado dia.

2. Exerce mais de uma função? Quais?

Atualmente, exerço apenas a função de repórter.

3. Já pediram para que fizesse uma cobertura multimídia (em mais de uma plataforma) de determinado assunto?

Sim. Numa mesma pauta já fiz a reportagem, fotos e até um vídeo.

4. Acredita que a sua remuneração é compatível com a função desempenhada?

Não. Minha remuneração certamente é incompatível com a minha função.

IV - O trabalho interfere na vida pessoal?

1. Você já terminou relacionamentos amorosos por causa da rotina do jornalismo?

Nunca.

2. Você acredita ser difícil ter relação de amizade ou amorosa com outras pessoas que não são jornalistas?

É difícil pelo fato de nós, jornalistas, termos pouco tempo para lazer, diversão etc. O ritmo de trabalho é muito intenso e é comum ultrapassarmos oito horas de trabalho. Além disso, nossa rotina inclui feriados e finais de semana de plantões.

3. Sente que a rotina do trabalho o (a) afasta de amigos?

Sim.

4. Sente que tem tempo para fazer outras coisas além do trabalho?

Não. Geralmente quando não estou trabalhando estou descansando para trabalhar no dia seguinte.

5. Para as mulheres, como é a relação da maternidade com o excesso de trabalho?

Ainda não tenho filhos.

V - E em sua saúde?

1. Já teve manifestação de sintomas de doenças relacionadas ao estresse (úlceras, gastrite, espasmos musculares, mau humor etc) por causa da profissão? Se sim, por favor, descreva.

Sim. Adquiri gastrite logo que comecei a trabalhar em redações. Na época, eu era estagiária da TV Bandeirantes (2009). Na ocasião, comecei um tratamento intenso para a doença. Apesar disso, a gastrite foi agravada pelo excesso de trabalho e estresse na emissora. Depois disso, em outras redações continuei com o tratamento, mas ainda não consegui me livrar das crises de dor provocadas pela gastrite. Já no ano passado, adquiri também tendinite crônica nos flexores e extensores dos braços direito e esquerdo. Ou seja, meus tendões dos dois braços estavam inflamados. Segundo o ortopedista que me acompanha, o problema foi provocado por muitas horas de digitação durante o meu horário de trabalho no site do Jornal do Brasil. Lá, por vezes, a minha carga horária chegava a 12 horas.

2. Já fez uso de estimulantes lícitos (café, vitamina) ou ilícitos para manter a rotina?

Sim, já usei Redbull diversas vezes. Sobretudo se eu precisar extrapolar 12 horas de trabalho ou se a pauta for de madrugada, como acontece nas coberturas de desfile das escolas do grupo especial do Carnaval carioca na Marquês de Sapucaí.

VI - Na relação com a chefia:

1. Já sentiu que sofreu assédio moral, foi humilhado (a) ou constrangido (a) por um chefe?

Sim, várias vezes.

VII – Na relação com os colegas:

2. Considera que o ambiente de trabalho é bom?

Atualmente, tenho trabalhado de casa. Mas quando convivia mais em redações considero que o ambiente de trabalho era bom com colegas, mas muitas vezes tive problemas com a chefia.

3. Como lida com a competição? Acha que é algo inerente ao trabalho ou incomoda?

Hoje eu vejo que a competição no ambiente de trabalho não é saudável. No entanto, logo que comecei a trabalhar como jornalista (2009) sempre me deixei influenciar por chefes que estimulavam a competição com jornalistas de veículos concorrentes e até entre jornalistas do mesmo veículo. Lembro bem que me embrenhei no Complexo do Alemão ainda não pacificado, em junho de 2010 depois de ouvir a seguinte frase de um editor: “Se você não entrar no Complexo do Alemão, os outros jornais vão entrar, vão se esbaldar de matéria e o JB vai ficar chupando dedo”.

No ano passado, descobri que sofro de Síndrome de Burnout. Uma das causas da doença, segundo a terapeuta que estou frequentando, é a concorrência exacerbada no ambiente de trabalho.